

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Máster en Bibliotecas y Servicios de Información Digital



Los blogs y las bibliotecas universitarias españolas: evaluando la blogosfera

Elena Álvarez Ortiz

Octubre 2013

Tutores: Virginia Ortiz-Repiso y Carlos García Zorita



Elena Álvarez Ortiz

2013

RESUMEN

Este trabajo analiza el estado de la blogosfera en el ámbito de las bibliotecas universitarias públicas españolas. Una vez adquiridos los conocimientos básicos sobre el origen, funcionamiento y uso de estas herramientas y del entorno 2.0 en el que se desarrollan, se analiza la presencia, el impacto y la actividad que están teniendo los blogs en estas instituciones. Se rastrean las webs de 50 bibliotecas y se seleccionan 30 que gestionan al menos un blog. A partir de una muestra de 183 blogs, se toman como unidad de análisis los 23 que difunden información de carácter general relativa a los recursos, servicios y actividades de la biblioteca. Utilizando una serie de indicadores de producción y participación en los blogs, se evalúa la visibilidad y el grado de actividad que han tenido en el último curso académico. Esto permite obtener una “radiografía” de la situación general e invita a la reflexión sobre el uso que se le está dando a estas herramientas en las bibliotecas universitarias.

Agradecimientos

A mis tutores, Virginia Ortiz Repiso y Carlos García Zorita, por su ayuda en la elaboración de este trabajo, la paciencia en su lectura y todas las orientaciones y conocimientos aportados.

A mis compañeros Antonio Cano y Marina Jiménez, por socorrerme en los momentos de crisis.

A Álvaro Cabezas, por su ayuda incondicional.

A mi familia y amigos, por apoyarme en todo momento, en especial a mi hermana.

Índice de contenido

1.	Introducción, objeto, metodología y fuentes.....	10
1.1.	Introducción.....	10
1.2.	Objeto.....	10
1.3.	Metodología.....	11
1.4.	Fuentes.....	14
2.	Web 2.0 ó Web Social.....	15
2.1.	Aspectos tecnológicos.....	18
2.2.	Servicios 2.0.....	19
2.3.	Características de la Web 2.0.....	20
3.	Los blogs como herramientas de publicación en el entorno 2.0.....	21
3.1.	¿Qué es un blog?.....	21
3.2.	Origen de los blogs.....	23
3.3.	Tipos de blogs.....	24

3.4.	Características de los blogs.....	25
3.5.	Anatomía de un blog.....	25
3.6.	Buscadores de blogs.....	28
3.7.	Herramientas para crear un blog.....	29
3.8.	La blogosfera y la biblioteca 2.0.....	33
4.	La evaluación de la Web 2.0: algunas métricas.....	43
5.	Selección de la muestra y características.....	46
6.	Descripción de los indicadores.....	55
7.	Análisis de los resultados.....	56
8.	Conclusiones.....	81
	Bibliografía.....	86
	ANEXOS.....	91

Índice de figuras

Figura 1. Diferencias Web 1.0 y Web 2.0.....	18
Figura 2. Herramientas 2.0 más populares.....	21
Figura 3. Ejemplo de blog.....	27
Figura 4. Herramientas más utilizadas por los usuarios.....	32
Figura 5. Formatos más “posteados”	32
Figura 6. Los blogs en el mundo.....	34
Figura 7. Principales fuentes utilizadas por los blogueros para publicar contenido.....	35
Figura 8. Frecuencia de publicación en los blogs.....	35
Figura 9. Biblioteca 2.0.....	40
Figura 10. Bibliotecas con blog/sin blog.....	56
Figura 11. Número de blogs por Universidad.....	57
Figura 12. Nº de blogs de las bibliotecas consideradas “grandes” (1Q).....	59
Figura 13. Nº de blogs de las bibliotecas consideradas “medianas” (3Q).....	60
Figura 14. Contenido de los blogs de las 30 bibliotecas.....	60
Figura 15. Herramienta de gestión.....	61
Figura 16. Año de inicio de las bibliotecas en la blogosfera.....	62
Figura 17. Blogs que publican más post por curso académico.....	64
Figura 18. Blogs que han recibido más comentarios por curso académico.....	66

Figura 19. Post y comentarios durante el curso académico 2012-2013.....	67
Figura 20. Comparativa post/comentarios y promedios globales.....	68
Figura 21. Distribución de blogs en relación a promedios de post y comentarios.....	70
Figura 22. Distribución de post durante el curso académico 2012-2013.....	71
Figura 23. Distribución de comentarios durante el curso académico 2012-2013.....	72
Figura 24. Post de los últimos 5 años.....	74
Figura 25. Productividad global de los blogs.....	76
Figura 26. Enlaces que apuntan a los blogs.....	77
Figura 27. Temática de los post más comentados.....	79

Índice de tablas

Tabla 1. Bibliotecas universitarias con blog vs. Bibliotecas universitarias sin blog.....	47
Tabla 2. Bibliotecas/Nº de blogs.....	48
Tabla 3. Temática de los blogs.....	49
Tabla 4. Bibliotecas con blogs generales unidad de análisis.....	50
Tabla 5. Ranking bibliotecas por número de usuarios.....	58
Tabla 6. Ranking nº de post durante el curso 2012-2013.....	63
Tabla 7. Ranking nº de comentarios recibidos en los blogs durante el curso académico	65
Tabla 8. Ranking de blogs por nº de post últimos 5 años.....	73
Tabla 9. Ranking de blogs por productividad global.....	75
Tabla 10. Blogs más comentados durante el curso académico 2012- 2013.....	78

1. Introducción, objeto, metodología y fuentes.

1.1. Introducción

En la actualidad, millones de personas están participando activamente en una imponente red de relaciones, basada en la conversación y en la participación a través de las redes.

Esto es posible gracias a las herramientas conocidas como 2.0, que facilitan el acceso a la información, promueven la comunicación y permiten la participación de los usuarios, que pasan de ser meros consumidores de información, a verdaderos creadores de contenido web.

A esto se suma una mentalidad más abierta y colaborativa, que permite a los usuarios utilizar estas herramientas “sociales” para participar en conversaciones. Podemos decir que lo que se conocía como “sociedad de la información” se ha convertido irremediabilmente en la “sociedad de la conversación”.

Las bibliotecas son conocedoras de esta situación y han sido conscientes de la importancia y la necesidad de utilizar estas herramientas y esta nueva filosofía, con el fin de optimizar la comunicación con sus usuarios.

En su afán por evolucionar y modernizarse, las bibliotecas las han incluido en su actividad diaria, poniendo en marcha no sólo nuevos servicios etiquetados como 2.0, sino un nuevo canal de comunicación con sus usuarios. La presencia de estas instituciones en la Web 2.0 ó Web social es evidente, y así lo demuestran todas aquellas bibliotecas que utilizan herramientas como los blogs o tienen una cuenta en redes sociales como Facebook o Twitter.

De todas las herramientas 2.0, una de las más reconocidas han sido precisamente los blogs, y en las bibliotecas los están utilizando.

Pero, ¿han tenido un buen recibimiento?, ¿han tenido el éxito esperado?, ¿los usuarios los consideran un nuevo medio donde expresarse y comunicarse con la biblioteca?, estos usuarios ¿son participativos?

En este trabajo se analizará el impacto de estas herramientas en el ámbito de las bibliotecas universitarias públicas españolas.

1.2. Objeto

En este trabajo se analiza la presencia y actividad de las bibliotecas universitarias públicas españolas en la blogosfera.

Se persigue conocer el impacto que los blogs han tenido en estas instituciones y en sus usuarios, así como en las dinámicas de producción y consumo de información.

Estas herramientas han sido incorporadas por muchas bibliotecas para la difusión de sus recursos y servicios, con la intención de establecer un nuevo canal de comunicación con sus usuarios. Es momento de evaluar cuál es el uso que se les está dando, determinando si existe actividad y desvelar la situación de la blogosfera en este tipo de instituciones.

En este trabajo, se intentará responder a una serie de preguntas que permitan elaborar una radiografía de la blogosfera en el ámbito de las bibliotecas universitarias públicas españolas.

Algunas de las cuestiones que se plantean son:

- ¿Están presentes las bibliotecas universitarias públicas españolas en la blogosfera?
- ¿Esta presencia es consistente? ¿o se están incorporando?
- ¿Cuáles son los contenidos difundidos por las bibliotecas a través de estos medios?
- ¿Los contenidos se actualizan con frecuencia?
- ¿Cuántos *post* o entradas se publican mensualmente?
- Estos *post*, ¿reciben comentarios?
- ¿Qué herramienta de gestión de contenidos están utilizando?
- ¿Cuál ha sido su actividad en los últimos años?

Respondiendo a estas preguntas sabremos si los blogs han tenido la aceptación y el recibimiento esperado tanto en las bibliotecas, como en sus usuarios.

1.3. Metodología

Se realiza un estudio sobre las bibliotecas universitarias públicas españolas, su presencia en la blogosfera y otros aspectos relativos a su actividad y visibilidad en la comunidad de usuarios.

Para la obtención del listado de bibliotecas que conformen la unidad de análisis, se consultaron las *Estadísticas de Rebiun* (2012).

Se exportaron los datos más actualizados, correspondientes al año 2012, excluyendo de la selección los datos pertenecientes a: REBIUN, las bibliotecas privadas y las no universitarias, utilizando como indicador el número total de usuarios. El listado descargado se compone de 50 bibliotecas que cumplen esas características:

UNIVERSITARIAS + PÚBLICAS + ESPAÑOLAS

Debido a la falta de directorios o buscadores que ofrezcan datos significativos sobre la cantidad total de blogs existentes en las bibliotecas, se decide acceder a las webs principales de las mismas y localizar los blogs en cada una de ellas [consulta: junio 2013].

Una vez se acceda a cada una de las webs de las bibliotecas, se recogen los datos relativos a:

- Si dispone/No dispone de blog.

Para aquellas bibliotecas que sí utilicen estas herramientas, se recopila para cada uno de los blogs:

- La URL de acceso de acceso al/los blogs.
- El contenido: diferenciando aquellos en los que se tratan temas de carácter general (blog generales), de aquellos que difunden información sobre una disciplina determinada (blogs temáticos/específicos).

Una vez terminado el análisis se obtendrá una “radiografía” de la presencia de las bibliotecas universitarias en la blogosfera, diferenciando aquellas que sí utilizan estas herramientas, de las que no. Además, se conseguirá una aproximación acerca del contenido difundido, determinando si trata aspectos de carácter general o especializado en una materia.

Para este trabajo, se seleccionan los blogs generales pertenecientes a las bibliotecas generales de las universidades, ya que presentan unas características similares en cuanto a su función y el contenido que difunden, lo que nos dará una muestra homogénea sobre la que realizar el análisis.

Para los blogs que compongan finalmente la unidad de análisis de este trabajo, se almacena la siguiente información:

- Título del blog.
- URL de acceso.
- Herramienta de gestión: uso de Blogger, Wordpress u otro gestor de contenidos.
- Año de inicio: que nos permitirá conocer la consistencia del blog.

- Enlaces al blog: permite conocer la visibilidad del blog en la red y su interés para la comunidad de usuarios.

Se considera que no interesa conocer únicamente cuántas bibliotecas han incorporado un blog en su actividad diaria, sino evaluar el impacto y la visibilidad que están teniendo entre sus usuarios.

Con este fin, se decide analizar indicadores relacionados con la actividad de los blogs, teniendo en cuenta tanto la *publicación de post*, como los *comentarios recibidos* en ellos. La frecuencia de actualización y la participación de los usuarios, son elementos clave que servirán para conocer hasta qué punto han calado en las bibliotecas y en sus usuarios.

Para la obtención de estos 2 indicadores (*post* y comentarios), se ha establecido un marco temporal de 10 meses, comprendidos entre septiembre del año 2012 hasta junio del año 2013, abarcando un curso académico, suficiente para ofrecernos una visión del uso que se le ha dado a estas herramientas en el último curso [consulta: julio 2013].

Para cada uno de los blogs se analizan:

- Nº de *post*.
- Nº de comentarios recibidos en los *post*.
- Promedio de *post*
- Promedio de comentarios

También parece interesante conocer la evolución que han tenido estas herramientas en los últimos años, y para ello se decide analizar la actividad que han tenido no sólo en el último curso, sino prácticamente desde su nacimiento. Con este fin, se obtienen los datos correspondientes a:

- Nº de *post* publicados en los últimos 5 años
- Productividad global del blog

En resumen, el listado final de indicadores que se pretenden analizar para cada uno de los blogs generales de las bibliotecas seleccionadas como unidad de análisis, se muestra a continuación:

- **Título**
- **URL**
- **Año de inicio**
- **Enlaces al blog**

- **Nº de *post***
- **Nº de comentarios**
- **Promedio de *post***
- **Promedio de comentarios**
- ***Post* últimos 5 años**
- **Productividad global**
- **Nº de usuarios totales**

Una vez analizados estos datos y con la finalidad de conocer también aspectos cualitativos relativos a la muestra, se seleccionaron los 3 blogs que recibieron más comentarios y se analizó la temática de aquellos *post* que suscitaron más interés entre los usuarios.

Debido a la heterogeneidad de los contenidos publicados en los *post*, se decidió establecer una serie de categorías en las que incluir cada una de las entradas que recibieron comentarios (Noticias, Recursos, Servicios, Actividades, Formación y Otros).

Se asignó un punto a la categoría correspondiente por cada uno de los *post* incluidos en ella, y así poder analizar los temas con los que la biblioteca consiguió la participación de los usuarios.

1.4. Fuentes

Las fuentes consultadas han permitido conocer las características y herramientas asociadas a la Web 2.0, el uso de los blogs por parte de las bibliotecas, su incorporación a la blogosfera y las métricas utilizadas para su evaluación.

Para la realización de este trabajo se han consultado bases de datos tanto de carácter nacional (CSIC y Dialnet), como internacional (ISI Web of Knowledge y Scopus).

El libro de José Luis Orihuela (2006) *La revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente* y el Informe APEI sobre Web Social (Margaix, 2008), han sido fundamentales para recopilar información acerca de la web 2.0, los blogs y las redes sociales.

También han sido de gran utilidad los artículos recuperados de revistas profesionales como *El profesional de la información* y los artículos relevantes recuperados en el motor de búsqueda académico Google Scholar.

Se han consultado algunos blogs de profesionales de la información, donde recogen publicaciones propias esenciales para conocer el estado de la cuestión en las

bibliotecas y los métodos de evaluación utilizados. Tal es el caso del blog de Nieves González-Villavicencio (Profesora de Biblioteconomía en la Universidad Pablo de Olavide: <http://www.nievesglez.com/>) ó el de Álvaro Cabezas (miembro del grupo de investigación EC3 de la Universidad de Granada: <http://alvarocabezas.com/>)

Para la obtención de los datos se han consultado las Estadísticas de REBIUN sobre bibliotecas en el año 2012.

Para la localización de blogs, se ha accedido a las webs principales de cada una de las bibliotecas, seleccionando aquellas en las que se han encontrado uno o varios blogs.

La descripción de los aspectos formales (título, año, etc) y de contenido (temática general o específica) se ha determinado accediendo a cada uno de ellos.

Para la obtención de los datos sobre la actividad del blog (*post* y comentarios), se ha consultado el *Archivo* que incluyen la mayoría de estas herramientas con los *post* publicados agrupados por meses y años.

Con estos datos se puede revelar el grado de actividad de los blogs, su frecuencia de actualización y su impacto en la comunidad (utilizando como criterio los comentarios recibidos en cada *post*).

2. Web 2.0 ó Web Social

La *Web 2.0* tiene su origen en un conjunto de tecnologías que facilitan el trabajo colaborativo y la participación activa de todos los usuarios en red. Abarca una gran variedad de herramientas de comunicación, blogs, wikis y otros servicios cuyo fin es el intercambio de información entre los usuarios y su colaboración en la producción de contenidos.

Este concepto nació gracias a la evolución experimentada por la web y sus servicios a partir del año 2001. Ese año, se produce una crisis tecnológica de las empresas dedicadas a Internet, lo que se conoce como *estallido de la burbuja.com* (Margaix, 2007). En este contexto, dos empresas (*O'Reilly* y *MediaLab*), llevan a cabo un análisis de aquellas compañías que habían sobrevivido a esta crisis. Utilizaron la etiqueta *Web 1.0* para englobar a aquellas que habían fracasado o desaparecido tras el estallido tecnológico, y la etiqueta *Web 2.0* para las que habían sido capaces de sobrevivir.

La primera definición del término Web 2.0 de la que tenemos constancia, la daba Tim O'Reilly en una conferencia celebrada en San Francisco en Octubre de 2004 y un año después, el mismo autor describía en un artículo las características de estos sitios web 2.0 (O'Reilly, 2007), afirmando que:

- Utilizan la web como plataforma.

- Son capaces de utilizar los datos de diferentes recursos enlazando la información de la web.
- Propician una arquitectura de la participación, donde el usuario se convierte en protagonista.

La primera característica describe cómo la Web 2.0 utiliza la plataforma web para ofrecer servicios accesibles desde cualquier ordenador y a través de cualquier navegador, en sustitución de aquellos servicios conocidos como *desktop*, que requerían la instalación previa de un programa en el ordenador. La web se convierte en una plataforma de trabajo y de colaboración, donde podemos encontrarlo todo. Se entiende el software como un servicio accesible a través de una plataforma portátil llamada Internet, pudiendo acceder a la información desde cualquier parte.

En segundo lugar, la “reutilización” de la información le aporta valor, convirtiendo la información más usada en la más valiosa. Esta remezcla es posible gracias a lo que se conoce como *mash-ups* o aplicaciones web híbridadas, que permiten compartir datos de diferentes sitios web, creando una nueva página que integra todos esos datos.

En este sentido, uno de los avances más interesantes y que más impacto ha tenido en la comunidad 2.0 son las tecnologías *push* (Freire, 2007). Estas tecnologías se caracterizan por invertir el proceso de la comunicación en la web: ya no es el usuario el que va a la información, sino que es la información la que sale en su busca, utilizando herramientas de comunicación que permiten el envío de contenido de interés a los usuarios.

Uno de los ejemplos más representativo es la RSS (*Really Simple Syndication*), que es un formato de texto, basado en el modelo de metadatos RDF, que permite distribuir contenidos a través de la red de forma automatizada. El acceso a estos contenidos se realiza a partir de unas herramientas conocidas como *agregadores*, haciendo posible lo que se conoce como *sindicación de contenidos* (Franganillo, J. & Catalán Vega, M.A, 2005)

En tercer lugar, el carácter participativo y colaborativo de la Web 2.0 se apoya en el nuevo papel desempeñado por los usuarios, que ya no son únicamente consumidores de información, sino que se convierten en los verdaderos protagonistas, creando contenidos web. Esto es posible gracias a herramientas que facilitan la creación y publicación de contenido en la Red. Este contenido es indexado con la asignación de palabras clave ó etiquetas (*tags*) que lo describen. Estas etiquetas, se conocen como *folksonomías* y rompen con el uso de las taxonomías tradicionales (categorías establecidas previamente), utilizadas hasta el momento para indexar el contenido web. Este trabajo de clasificación, es realizado por los usuarios de manera voluntaria y gratuita, lo que dota a la Web 2.0 de una sensación de comunidad en la que todos colaboran.

Esta sensación de comunidad de usuarios se refuerza con las aportaciones individuales realizadas en forma de comentarios, enlaces, me gusta, tweets, etc, lo que enriquece la web de una forma desconocida hasta ahora.

Esta actitud participativa de toda la comunidad da lugar a una de las mayores grandezas de la Web 2.0, el aprovechamiento de la *inteligencia colectiva*. Cualquier usuario puede aportar su conocimiento individual, lo que conlleva un sentimiento de confianza plena entre todos los usuarios. En este nuevo entorno, el control ejercido sobre la información depende de todos y, en el caso de detectar errores, podrán ser modificados libremente, sin reparo (como en el caso de la Wikipedia). El conocimiento se construye en comunidad, de una forma colaborativa, sin supervisores, valorando, recomendando o priorizando ciertos contenidos sobre otros, hasta el punto de ser responsables de un mejor o peor posicionamiento en buscadores como Google, lo que aporta a la información una mayor visibilidad. La experiencia demuestra que tener en cuenta los comentarios y aportaciones de los usuarios, mejora la calidad de la información.

A partir de 2006, la nueva actitud de los usuarios llevó a denominar a esta nueva web como *Web Social*. Esta nueva denominación recibió un notable apoyo de la mano de la prestigiosa revista *Times*, que nombró personas del año a todas aquellas que estuvieran participando y compartiendo contenidos en Internet. Se define como Web Social ya que es una web en la que participamos todos, como una sociedad en red, donde cada uno puede escuchar y ser escuchado, participar y colaborar en la generación de conocimiento de una manera común, sin autoridad que supervise, sin filtros y de una forma distribuida.

Casi 10 años después de la primera definición, podemos hablar de web 2.0 como una nueva generación de sitios web (Margaix, 2008) caracterizados por priorizar el contenido, poseer un alto grado de interactividad, estar centrados en el usuario y, lo más importante, permitir su participación activa.

Más tarde se establecen una serie de características que evidencian las diferencias encontradas entre la Web 1.0 y la Web 2.0.

Figura 1. Diferencias Web 1.0 y Web 2.0



Figura 1. Diferencias Web 1.0 vs. Web 2.0. Fuente: elaboración propia

2.1. Aspectos tecnológicos

Para posibilitar el desarrollo del enfoque 2.0, se requiere un software específico denominado *software social*. Entre los aspectos tecnológicos más importantes relacionados con la Web 2.0 destacan (Margaix, 2007):

- *AJAX (Asynchronous JavaScript And XML)*: tecnología que combina *XML* y *javascript* para crear aplicaciones web ejecutables en el cliente, proporcionando mayor velocidad, interactividad y usabilidad en las aplicaciones (como el caso de *Google Maps* o *Gmail*).
- Los *mash-ups* o *aplicaciones web híbridas*: que permiten la reutilización de la información, compartiendo los datos de diferentes sitios web.
- El *RSS* ó *sindicación de contenidos*: que permite al usuario mantenerse actualizado en aquellos contenidos a los que esté sindicado.

- El *software social* propiamente dicho: como el conjunto de aplicaciones que permiten la creación de sitios web en los que el usuario puede participar de una forma activa, estableciéndose una comunicación bidireccional y facilitando el aprovechamiento de la inteligencia colectiva. Este aprovechamiento lo promueven los usuarios aportando contenidos, compartiendo documentos, fotografías ó vídeos, añadiendo comentarios e incluso valorando la información.

2.2. Servicios 2.0

Actualmente, existen muchos ejemplos de servicios 2.0 basados en la actitud colaborativa asociada a esta filosofía. Los más destacados serían (Wikipedia, 2013):

- *Wikis*: espacio web elaborado por diferentes personas que participan en la creación del contenido y lo modifican en caso de errores o anomalías.
- *Blogs*: espacio web en el que el autor/es publica entradas ó artículos que se organizan de manera cronológica inversa y que pueden ser comentados por los lectores. El conjunto de blogs y las relaciones establecidas entre ellos conforman la *blogosfera*.
- *Redes sociales*: espacio web donde cada usuario publica contenidos y establece relaciones con otros usuarios. Los ejemplos más conocidos son: Facebook, Twitter, Tuenti,...Además existen redes sociales de carácter profesional como LinkedIn.
- *Sindicación de contenido*: RSS
- *Espacios para compartir*: donde se puede almacenar todo tipo de contenidos de Internet:
 - Documentos: Google Drive
 - Vídeos: Youtube, Vimeo
 - Fotos: Picasa, Flickr
 - Presentaciones: Slideshare
 - Almacenamiento online: Dropbox, Google Drive, SkyDrive
 - Marcadores sociales: Del.icio.us

2.3. Características de la Web 2.0

La etiqueta 2.0 es sólo una forma de denominar la evolución que ha tenido la web en los últimos años. Empresas, instituciones, particulares,... todos quieren participar en esta filosofía donde prima la comunicación entre personas. Los usuarios se expresan en primera persona y de manera informal, accediendo a información actualizada. Las características en las que se basa el éxito a la Web 2.0 o Web Social se pueden resumir en estas 10 (Merlo Vega, 2008):

1. El navegador como herramienta

Gracias a lenguajes como XHTML, XML ó CSS, es posible acceder a la Web 2.0 a través de cualquier ordenador.

2. La cooperación como método

En la nueva web, se trabaja de manera colaborativa, sin supervisores ni filtros.

3. La interoperabilidad como fundamento

El uso de metadatos, los sistemas de programación como *Ajax*, los lenguajes de etiquetas o diferentes tecnologías como las *APIs*, los *mashups* o el *RSS*, permiten una interoperabilidad conocida con el fenómeno 2.0.

4. La sencillez como pauta

Facilitando tanto la publicación de contenidos como la aportación de comentarios.

5. El etiquetado como sistema

Las herramientas propias de la Web Social permiten el etiquetado de contenidos por parte de los usuarios, estableciendo redes de términos que agruparán información similar bajo esa etiqueta.

6. La participación como principio

Esta participación aporta valor a la información, destacando aquella en la que más participa la comunidad, siendo muestra de la actualidad del tema tratado.

7. La variedad como realización

Existen gran variedad de servicios y herramientas catalogados como 2.0.

8. La personalización como posibilidad

Las tecnologías, los servicios y los recursos siguen siendo los mismos, pero ahora el usuario puede adaptar todo esto a sus intereses.

9. La experimentación como norma

Basándose en el *Beta perpetuo* en el que se desarrolla la Web 2.0, que no deja de sufrir continuas actualizaciones.

10. El desinterés como base

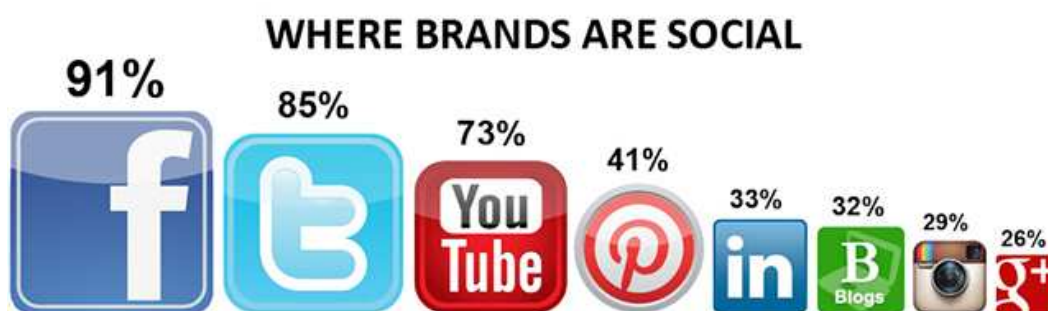
Partiendo de la generosidad y el desinterés en el uso de estas aplicaciones.

La Web 2.0 se caracteriza por estar continuamente trabajando en una versión *Beta* que se encuentra en constante revisión - lo que se conoce como *Beta perpetuo* -. Las mejoras se consiguen a partir de las aportaciones y la experiencia de los usuarios (Ribes, 2007). El aprovechamiento de la inteligencia colectiva contribuye a fraguar la *Web Semántica*, que en futuras versiones de la web (Web 3.0) se enriquecerá con ciertas dosis de "inteligencia artificial".

Son muchas las opiniones dadas sobre cómo se añadirá significado a la web, pero se coincide en la idea de que se añade valor a partir del registro de la actividad de los usuarios en la web, así como a partir de la generación de patrones de comportamiento de los usuarios, recogidos a partir de la observación sistemática del sistema.

Actualmente, y según los datos ofrecidos por Technorati - empresa dedicada al análisis y evaluación del universo blog y herramientas relativas a la Web 2.0. - en su *Digital Influence Report 2013*, el uso de las diferentes herramientas 2.0 aumentará en 2013, y apuntan a Facebook, Twitter y Youtube como las herramientas más populares.

Figura 2. Herramientas 2.0 más populares



Fuente: Digital Influence Report 2013 (Technorati)

3. Los blogs como herramientas de publicación en el entorno 2.0

3.1. ¿Qué es un blog?

Conocidos comúnmente como *blogs*, también se los conoce como *weblogs* ó *bitácoras* y son una de las herramientas 2.0 más conocidas y utilizadas.

Según la Real Academia Española de la Lengua (2013), un blog es un *“sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”*.

En el diccionario de uso del español de María Moliner (2007), incluye la definición de blog como *“sitio web o parte de él actualizado permanentemente donde se recopilan por orden cronológico escritos personales de uno o varios autores sobre temas de su interés, y en el que se recogen también los comentarios enviados por sus lectores”*.

Todas estas definiciones muestran elementos comunes, tales como:

- El reconocimiento de blog como sitio web
- Compuesto de entradas dispuestas en orden cronológico inverso y
- Con una frecuente actualización.

Aunque un blog no deja de ser una página web, se observan algunas diferencias entre los blogs y las páginas web tradicionales:

BLOGS

PÁGINA WEB TRADICIONAL

Facilidad de edición	Necesidad de un webmaster
Actualización frecuente	Contenido más permanente
Orden cronológico inverso	Estructura en áreas
Participación a través de comentarios	Escasa participación
Prima el contenido	Prima el diseño
Espacio creativo	Estaticidad
Software específico	Software tradicional

En definitiva, podemos definir un blog como un sitio web, compuesto principalmente por artículos breves, actualizados con cierta frecuencia, que se muestran en orden cronológico inverso y que pueden ser comentados por los lectores.

Pero podemos ir más allá y hablar de los blogs como herramientas de comunicación en manos de personas que interactúan libremente y caracterizadas por la descentralización de la autoridad, la tendencia a compartir y a participar en una sociedad que conversa libremente a través de las redes.

Se puede decir que la clave del éxito de estas herramientas reside en su facilidad de uso, su frecuencia de actualización, y la posibilidad de conocer las opiniones de los lectores a partir de sus comentarios, estableciendo una conversación con ellos.

Pero lo más interesante de los blogs, es su capacidad para crear “comunidades” de usuarios, que pueden estar basadas en intereses comunes, establecidas por cercanía geográfica o simplemente, por utilizar el mismo idioma. Estas comunidades se caracterizan por nutrirse de la inteligencia colectiva para generar conocimiento.

La suma de estas comunidades conforma lo que se conoce como *blogosfera*, de la que se hablará más adelante.

3.2. Origen de los blogs

En cuanto al origen del término, algunos autores como Blood (2000), Clyde (2004) y Orihuela (2006) muestran la falta de acuerdo en este sentido.

Algunos creen que el primer blog data de 1992, y se atribuye a Tim Berners-Lee, que registraba la evolución del proyecto World Wide Web en su página *What's New in '92* (Orihuela, 2006). Otros autores creen que la página *“Justin's Links”* de Justin Hall, creada en 1994, es el primer ejemplo conocido de blog.

En lo que sí coinciden es en que el término fue acuñado por Jorn Barger en 1997, que unió los conceptos “web” y “log”. Más tarde, estos conceptos fueron separados por Meter Merholtz (Cervera, 2006; Durán-Medina, 2006) que creó la versión abreviada del término: blog.

Es en 1999 cuando Rebeca Blood (primera “bloguera” de la que se tiene constancia), comienza a escribir en su blog *“Rebecca's Pocket”*.

A partir de ese año, el aumento del número de blogs fue exponencial, debido a la aparición de herramientas gratuitas para la edición y publicación de blogs, como es el caso de *Blogger*, que nace en agosto de ese año. Todos estos blogs y el conjunto de interacciones generadas entre ellos en este nuevo universo, conforman la *blogosfera* (Estalella, 2006).

3.3. Tipos de blogs

Al principio, un blog se entendía como una especie de diario personal, más o menos íntimo, donde se apuntaban diferentes acontecimientos. Poco después se añadieron blogs periodísticos y especializados. Actualmente, son muchas las empresas, instituciones y organismos de todo tipo que hacen uso de estas herramientas para comunicarse con sus usuarios.

Establecer una tipología de blogs no es fácil ya que se pueden utilizar muchos criterios a la hora de clasificarlos, ya sea por su contenido, el/los formatos que alberga, su autoría, etc. Según el enfoque del blog, se podría hablar de 3 tipos principales (Orihuela, 2006):

- **Personales:** Una especie de diario personal en línea donde las entradas constituyen una expresión de las opiniones y reflexiones del autor, abarcando diferentes temáticas, dependiendo de los intereses del autor.
- **Temáticos/profesionales:** especializados en una materia. De carácter personal o corporativos, normalmente son gestionados por profesionales expertos de diferentes sectores (periodismo, política, cultura,...).
- **Corporativos:** son los blogs de –cada vez más- instituciones, empresas y organismos que han visto en los blogs una potente herramienta de comunicación con sus clientes/usuarios.

En la web del gestor de contenidos Wordpress (2013), se listan las tipologías más populares de blogs, clasificadas en diferentes categorías:

- **Personales:** de temática variada (música, viajes, política, etc.)
- **Negocios:** las empresas han descubierto una nueva forma de comunicarse con sus clientes a través de los blogs.
- **Educación:** profesores y estudiantes los utilizan en distintos proyectos del aula
- **Política:** partidos políticos, activistas y agencias gubernamentales los usan para comunicarse con sus afiliados.
- **Militar:** utilizados para informar sobre lo que sucede en distintas partes del mundo y para comunicarse con sus familias.
- **Deportes:** son muchos los equipos que comparten su afición por diferentes deportes a través de los blogs.

En cualquiera de estas tipologías, la información contenida en los blogs puede ser de tipo textual, basada en fotografías (fotolog), vídeos (videoblog) y/o contenido multimedia.

3.4. Características de los blogs

Las características que han provocado el auge de los blogs (Margaix, 2008) se pueden resumir en:

- Basados en entradas o *post*, publicadas en orden cronológico inverso.
- Enriquecidos con contenido multimedia.
- Conectados a partir de *links* o *hipervínculos* que permiten la interrelación externa con otros blogs, webs interesantes, etc.
- Fáciles de comentar por los usuarios, lo que permite conversaciones surgidas de las entradas publicadas.
- Con navegación bidireccional, a partir de enlaces inversos como los *trackbacks* y *pingbacks* que nos informan de los blogs que conversan con el nuestro.

Además, la principal característica y fruto del éxito de los blogs es su facilidad de uso, proporcionando interfaces fáciles de utilizar para los usuarios, que pueden administrar el contenido de una forma sencilla.

El uso de metadatos contribuye a la organización de la información y facilita su búsqueda por los buscadores, asignándoles un mejor posicionamiento, lo que aporta mayor visibilidad a la información.

Por último, la posibilidad de suscripción (RSS) permite a los usuarios disponer de la información más actualizada, sin necesidad de acceder al blog.

3.5. Anatomía de un blog

Aunque el conocimiento de los blogs está bastante extendido, no está de más recordar qué aspecto tienen estas herramientas. Básicamente, la anatomía de un blog se compone de 3 partes diferenciadas:

- *La cabecera*: que contiene los datos identificativos del blog y de la institución.
- *La parte central*: con las entradas o *post* publicados en orden cronológico inverso y los comentarios asociados a cada una.

- *La barra lateral*: con utilidades como las nubes de etiquetas, el archivo del blog, las categorías temáticas, etc.

Dentro de cada una de estas áreas podemos encontrar (Margaix, 2008; Orihuela, 2006):

- **Post o entradas**: son los mensajes que el autor publica en el blog y cuya aparición será en orden cronológico inverso (los más recientes arriba). Se componen de un título, un texto breve y un pie donde aparece la fecha de publicación, el autor, la URL permanente (*permalink*), la parte donde los usuarios pueden añadir comentarios y algunos enlaces a las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).
- **Páginas**: no forman parte de la parte central del blog, se muestran en la cabecera y están pensadas para incluir en ellas información de carácter permanente en el blog (el *Conócenos*, *acerca de*, *información de contacto*, etc.)
- **Comentarios**: son las aportaciones que hacen los lectores en cada *post*. Estos comentarios suelen ir acompañados del nombre del lector y la fecha en la que se escribe el comentario.
- **Permalink**: se trata de una dirección única asignada a cada una de las entradas. Esto convierte a cada entrada en una página web independiente, otorgándole una identidad propia (Fumero, 2006). Hay que prestar especial atención al nombre asignado a la URL y utilizar uno lo más amigable posible, incluyendo algunas palabras del título del *post*, mejorando así su visibilidad en los buscadores.
- **Categorías**: sirven para clasificar el contenido de los *post*. Esta organización permite a los usuarios navegar utilizando como criterio la temática de las entradas.
- **Etiquetas**: son otra forma de organización menos estructurada, en la que se asignan una o varias palabras que describen el contenido de cada entrada.
- **Miembros**: en algunos blogs se ofrece información sobre el número de seguidores.
- **Sindicación de contenidos**: enlaces a los metadatos del blog, posibilitando la sindicación y ofreciendo el nuevo contenido al lector, a través de canales RSS.
- **Buscador**: casi todos los blogs incluyen un sencillo buscador que facilita la búsqueda de contenido dentro del blog.

- **Archivo:** en el archivo del blog la información se organiza normalmente por meses y se puede buscar contenido a partir de la fecha de publicación de las entradas.
- **Blogroll:** es una selección de enlaces que apuntan a otros blogs y webs de interés.
- **Estadísticas:** algunos blogs ofrecen información sobre estadísticas de acceso, así como un contador de visitas.
- **Enlaces** a otras herramientas como Facebook o Twitter (*Síguenos*).

El aspecto general de un blog es similar al de las páginas web tradicionales, pero incluyen las tecnologías necesarias para considerarlos herramientas 2.0.

Figura 3. Ejemplo de blog



Fuente: Roldán, A (2013)

Son varias las claves del éxito que se han observado en los blogs (Margaix, 2008) y que se pueden resumir en las siguientes:

- **Facilidad de uso:** tanto para el autor a la hora de publicar contenido, como para el usuario cuando aporta comentarios

- Coste económico 0.
- No se requieren conocimientos técnicos específicos.
- Contenido basado en enlaces.
- Aumento de visibilidad en los motores de búsqueda.

Algunas de las ventajas que pueden destacarse de su uso, sobre todo en el caso de los blogs corporativos, se pueden sintetizar en:

- Es un espacio donde poder compartir conocimiento.
- Posibilita la colaboración en temas afines.
- Proporciona un espacio para la comunicación, facilitándose el intercambio de opiniones y desencadenando, en ocasiones, verdaderos debates.
- Suelen tener un buen posicionamiento en buscadores como Google debido a su continua actualización, lo que le aporta a la información que contienen una mayor visibilidad.
- El blog se convierte en un repositorio de conocimiento.
- Permite un acercamiento a los usuarios que ven en el blog una manera sencilla de comunicarse.

3.6. Buscadores de blogs

Todas estas características han hecho de los blogs una de las herramientas más utilizadas de la Web 2.0. Su crecimiento ha sido exponencial, hasta el punto de que los buscadores tradicionales no son capaces de encontrar todo el contenido que circula por la blogosfera. Para cubrir estas necesidades, han aparecido motores de búsqueda especializados, conocidos como “buscadores de blogs”, que permiten recuperar información que se produce e intercambian los blogs.

Algunos de los más conocidos según la Confederación de Empresarios de Andalucía (2013), son:

- **Google blog search:**

Su funcionamiento es igual al de Google tradicional, pero los resultados responden a información contenida únicamente en los blogs.



Este buscador incluye, además de los operadores tradicionales, otros específicos que permiten al usuario buscar por título, por autor, por fecha o por la URL del blog. Además, al final de cada página de resultados, permite la sindicación de contenidos (RSS o Atom), concediéndole al usuario la posibilidad de recibir las últimas actualizaciones producidas en los blogs en cuanto al tema indicado en nuestra búsqueda.

- **Technorati**

Este buscador comparte las mismas funcionalidades que el anterior, pero además disfruta de unas características específicas:



- Realiza la búsqueda haciendo uso de los *tags* o etiquetas utilizados en los blogs.
- Recoge información semántica a partir de las folksonomías y las categorías de las entradas.
- Permite buscar blogs de forma individual, los blogs más populares y/o acceder a los mismos utilizando diferentes materias (ocio, deportes, política, negocios,...).
- Además, recoge datos sobre el estado de la blogosfera desde 2004, analizando diferentes aspectos del universo blog (blogs activos, uso de etiquetas, frecuencia de actualización,..).
- Permite al usuario crear listas de blogs favoritos.

- **Blogpulse**



Centrado en la blogosfera estadounidense, es un buscador de blogs muy completo entre cuyas funcionalidades se encuentra la posibilidad de obtener datos sobre blogs y crear gráficos, analizar tendencias, etc.

3.7. Herramientas para crear un blog

Ya se ha comentado la facilidad con la que se puede crear y gestionar un blog. El procedimiento más común es el de utilizar un *servicio de blogs* en el que, si el usuario se registra, obtiene una URL correspondiente a un blog nuevo, alojado en el servidor del servicio.

Este blog puede ser diseñado, editado y gestionado por el usuario, que será el administrador del blog, aunque en cuestiones de funcionalidades, dependerá de las

decisiones de los administradores del servicio. Ejemplos de estos servicios son *Wordpress* o *Blogguer*.

También existe la posibilidad de que el usuario instale el software del blog en un servidor propio. Esta opción requiere conocimientos informáticos y asesoramiento experto. En contrapartida, con esta opción el usuario será el administrador “absoluto” del blog y no dependerá de las mejoras y actualizaciones establecidas por la empresa del servicio.

Estos servicios han influido en la popularización de los blogs gracias a su facilidad de uso. Con unas nociones básicas, cualquiera puede disponer de un blog.

Actualmente, la mayoría de los blogs están contenidos en los servidores de alguna de las empresas líderes en el sector, descritas a continuación:

- **Wordpress**



De los más utilizados, permite tanto utilizar el servicio de alojamiento de blogs, como descargar el software e instalarlo en un servidor propio. Muy intuitivo, de fácil uso y con una comunidad de diseñadores que trabajan continuamente en las mejoras del servicio.

- **Blogger**



Pertenece a Google y es otro de los grandes servicios de blogs.

Estas dos herramientas son las más populares, su funcionamiento es muy parecido y entre sus características destacan:

- Registro de usuario: Wordpress requiere un registro propio mientras que Blogger utiliza la cuenta de Google para el acceso.
- Interfaz muy intuitiva en ambos casos
- Ofrecen un amplio catálogo de plantillas de diseño con las que el usuario puede personalizar su blog y darle el aspecto que más le guste
- Integran HTML, lo que permite incluir en el blog todos los servicios Web 2.0 utilizando código embebido.
- Uso de *tags* ó etiquetas: lo que favorece a los blogs en cuanto a su posicionamiento en buscadores

- **Joomla!**



Es un gestor de contenidos con el que desarrollar sitios web dinámicos e interactivos a través de un sencillo panel de administración. Software de código abierto que se puede utilizar en un PC local, una Intranet ó en Internet, con licencia GLP y escrito en PHP.

- **Tumblr**



Plataforma de microblogging que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, ect, así como seguir a otros usuarios registrados. Fácil de utilizar y personalizar fue comprado por Yahoo en mayo de este año.

- **Drupal**



Permite publicar artículos, imágenes y otros archivos, y construir comunidades en Internet. Software libre, con licencia GNU/GPL y escrito en PHP que destaca por la calidad de las páginas y el respeto a los estándares web. Su modularidad y flexibilidad la convierten en una herramienta idónea para la creación de diferentes sitios web.

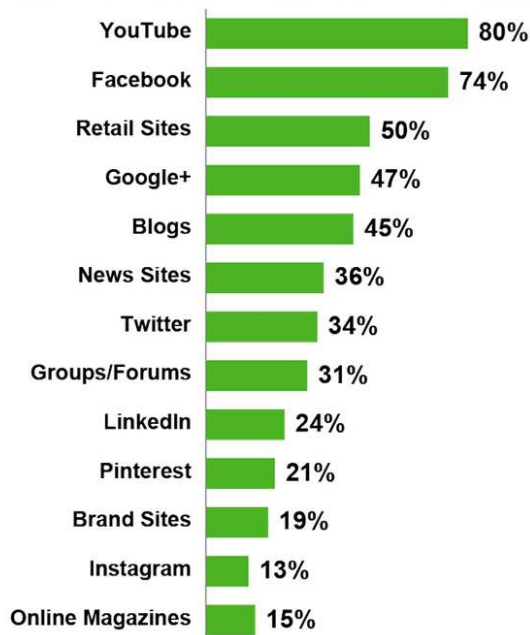
Como ya se ha comentado, una de las primeras comunidades a las que pertenece un blog, es precisamente a la comunidad de la empresa que haya elegido para alojar el suyo propio. Este conjunto de comunidades y las relaciones establecidas entre ellas conforman lo que se conoce como “blogosfera”, que no es más que el espacio donde habitan y se comunican los blogs.

Según los datos del *Digital Influence Report 2013* de la empresa Technorati, los blogs siguen siendo de los medios más influyentes, ya que han alcanzado confianza, popularidad e influencia entre los usuarios. En cuanto a las redes sociales, Facebook y Twitter son las más populares entre los blogueros, ya que generan la mayoría de tráfico web al blog.

Como herramienta utilizada por los usuarios para buscar información en Internet, los blogs ocupan el 5º lugar (45%), mientras que YouTube, Facebook y Google+ son las redes sociales más populares.

Figura 4. Herramientas más utilizadas por los usuarios

ONLINE SERVICES CONSUMERS MOST USE

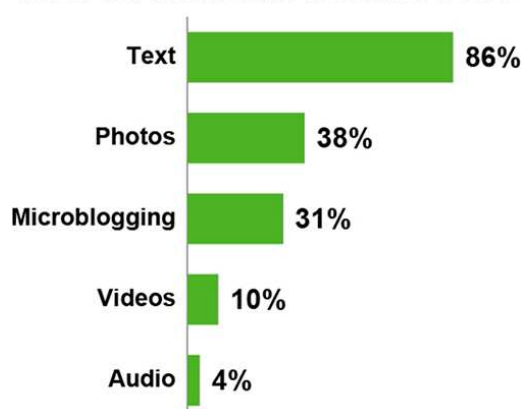


Fuente: Digital Influence Report 2013 (Technorati)

Según los datos de este informe, las entradas de los blogs contienen en su mayor parte texto, seguidas de fotografías, microblogging (como Twitter), vídeos y audio:

Figura 5. Formatos más “posteados”

HOW INFLUENCERS USUALLY POST



Fuente: Digital Influence Report 2013 (Technorati)

Finalmente, muestra a los blogs como la herramienta principal de publicación y como una de las más influyentes en el entorno 2.0 y que más confianza despierta entre los usuarios.

3.8. La blogosfera y la biblioteca 2.0

Las conversaciones establecidas en un blog pueden ser tanto internas como externas. Las conversaciones internas son las que se entablan en el blog a partir de los comentarios que hacen los lectores en las entradas. Pero los blogs son más que eso.

El verdadero interés se sustenta en las conversaciones que se establecen entre blogs, a partir de enlaces y referencias que se hacen unos a otros y que dan lugar a lo que se conoce como “blogosfera”.

Podemos entenderla como un espacio virtual donde el conjunto de blogs interactúan, se agrupan en comunidades y se interrelacionan. En este escenario, la importancia de los blogs no reside en cada uno de ellos de manera individual, sino en el entramado conversacional que producen.

La blogosfera es conversación, y de estas conversaciones nacen comunidades que tratan temas comunes, o comparten el mismo idioma o se encuentran geográficamente cerca, y donde la interacción de los participantes, proporciona el verdadero interés desde el punto de vista social.

Los creadores de blogs se conocen como “blogueros” o “bloggers”. Se dedican a leer otros blogs, escribir en el suyo con frecuencia, enlazar con otros blogs interesantes y participar en la red a través de sus comentarios.

La blogosfera crece y evoluciona constantemente, pero se pueden establecer 3 fases principales desde su nacimiento (Orihuela, 2006):

Blogosfera 1.0

Comprende desde 1992, con la aparición de la primera página web hasta el nacimiento de *Blogger* en 1999. Se localiza principalmente en Estados Unidos y su temática se compone básicamente de información relativa a la web y a las tecnologías.

Blogosfera 2.0

Esta etapa comprende desde 1999 hasta el año 2004, y es en esta fase cuando se produce la mayor expansión de la blogosfera. La posibilidad de incluir comentarios se implementa en este momento, así como la incorporación de *Google* a la blogosfera, al comprar una de las herramientas más populares: *Blogger*. Por último, los blogs además

de texto, comienzan a incorporar material multimedia en su contenido, que lo enriquece con fotografías, audios y vídeos.

Blogosfera 3.0

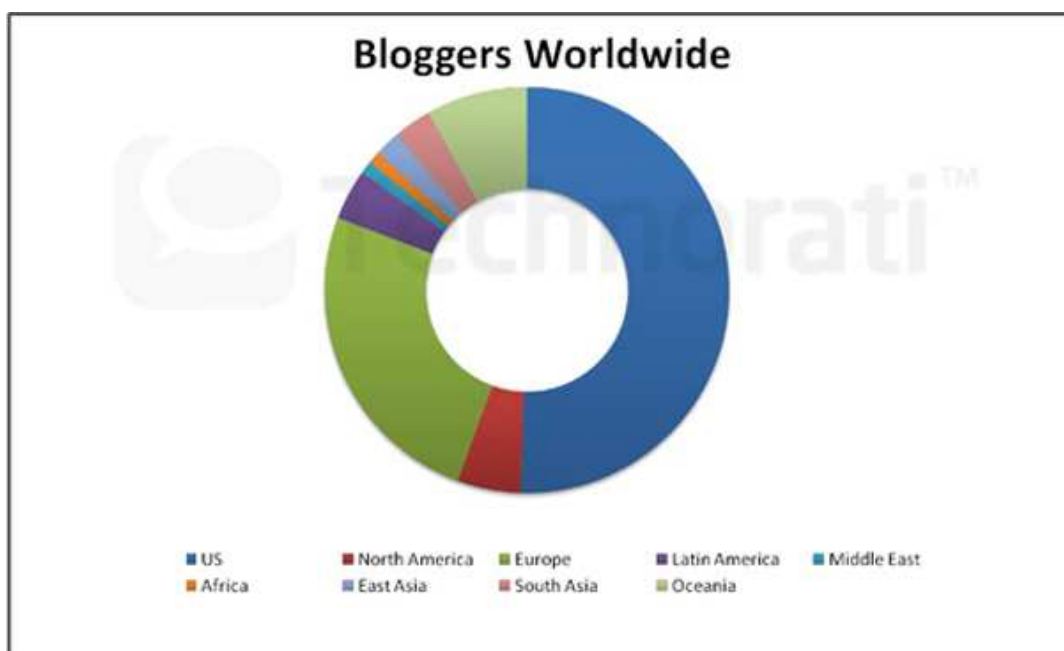
Esta fase comienza en Octubre de 2005. En este momento surge la necesidad de aportar valor semántico a los blogs, y para ello se utiliza lo que se conoce como *etiquetas ó tags*, que (como ya se ha comentado) no son más que palabras clave que se utilizan para clasificar el contenido de cada entrada. Además del buscador, el archivo y las categorías, los usuarios pueden navegar por el contenido del blog a partir de otro medio: las *nubes de etiquetas*.

Actualmente, habría que hablar de la relación establecida entre blogs y el resto de las herramientas 2.0 (Facebook, Twitter, RSS, etc).

Podemos conocer el estado de la blogosfera a través de herramientas que recogen datos del “universo blog”. Estos datos son del tipo: *nº de blogs, frecuencia de publicación, edad y género de los blogueros, top 100* o incluso informes sobre el estado de la blogosfera.

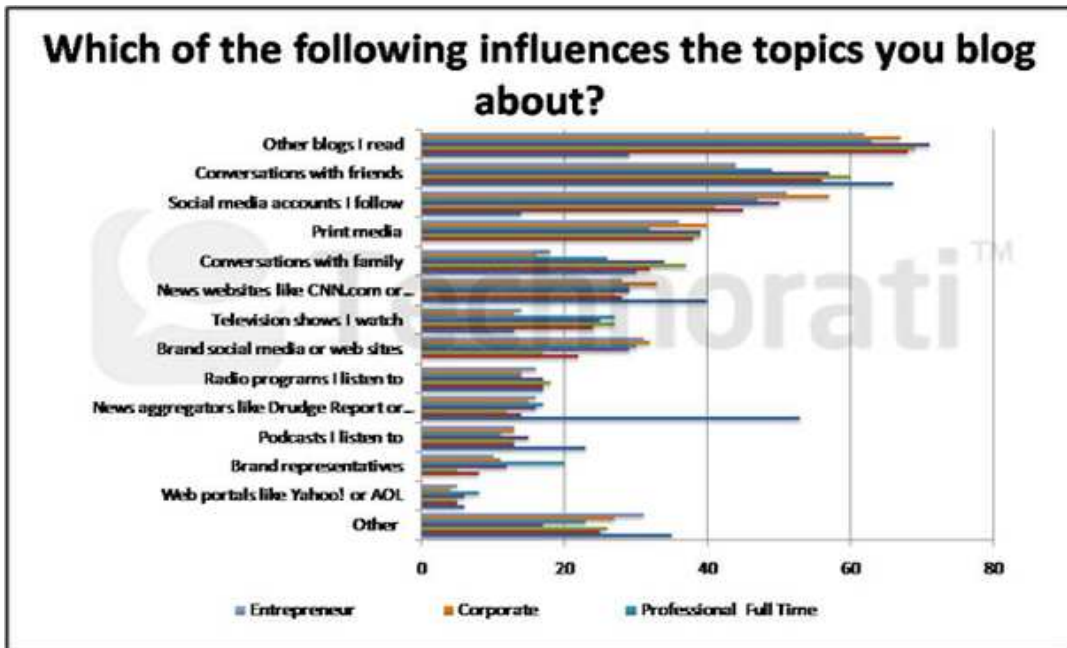
Este es el caso de empresas como Technorati (<http://technorati.com/>). Según el informe de datos de la blogosfera más reciente facilitado por Technorati (2011) y teniendo en cuenta que esta herramienta sólo indexa una parte de todos los blogs, algunos de los datos relativos a la blogosfera se muestran en las siguientes figuras:

Figura 6. Los blogs en el mundo



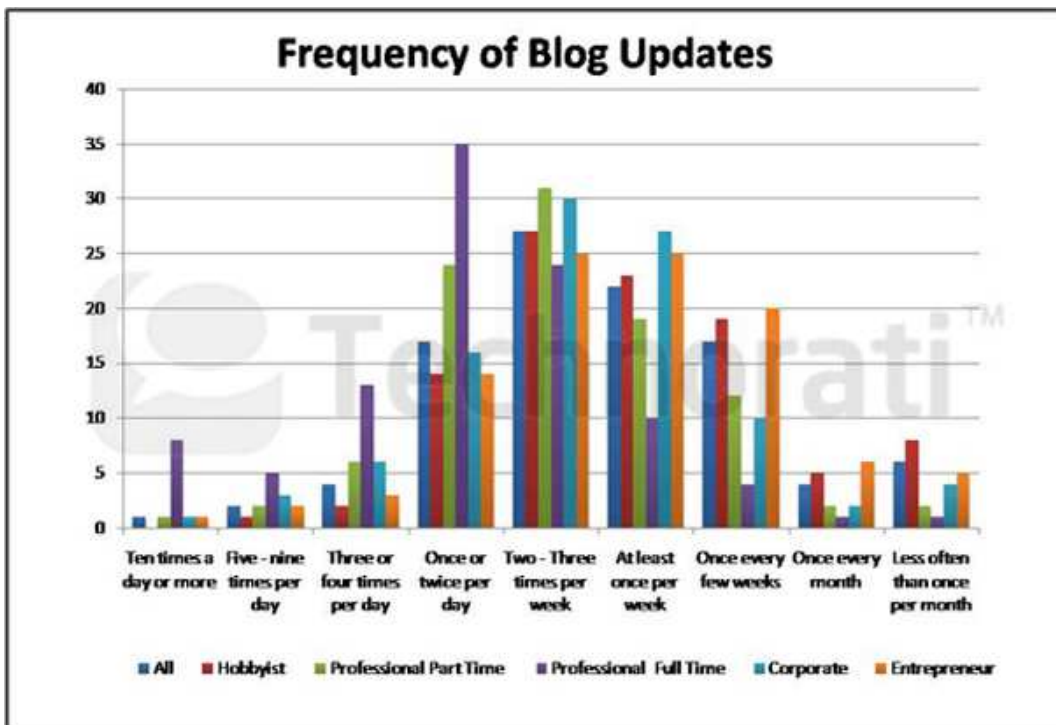
Fuente: State of the Blogosphere 2011 (Technorati)

Figura 7. Principales fuentes utilizadas por los blogueros para publicar contenido



Fuente: State of the Blogosphere 2011 (Technorati)

Figura 8. Frecuencia de publicación en los blogs



Fuente: State of the Blogosphere 2011 (Technorati)

A pesar de que el crecimiento de la blogosfera no es tan exponencial como hace unos años, los blogs se han convertido en un espacio que ha madurado como canal de expresión para el usuario que dispone de un espacio para ser escuchado, para construir conocimiento y para ejercer lo que se conoce como *infocidadanía*.

Los infocidadanos son aquellos que, con la llegada de la Web 2.0, dejaron de ser receptores pasivos de información, a verdaderos constructores y desarrolladores de conocimiento en la red. Los usuarios son, ahora más que nunca, los verdaderos titulares de la información y asumen un papel “periodístico” con un impacto social que preocupa a los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, T.V.,...), que observan cómo las herramientas etiquetadas como 2.0, han desviado la atención de sus usuarios. Los usuarios ya no se conforman con la versión parcial y mediatizada de los medios de comunicación tradicionales y buscan en otras fuentes (entre ellas, los blogs), un tipo de información más abierta y transparente.

La blogosfera se ha convertido en un lugar extraordinario para que la comunidad pueda ser escuchada y para que la información sea discutida por individuos con intereses similares, a través de un medio de comunicación muy versátil,

La blogosfera es “conversación”, un espacio de comunicación abierto y dinámico, con una arquitectura basada en los hiperenlaces, que son la verdadera esencia de la blogosfera. Con estos hiperenlaces, los creadores de blogs (bloggers) apuntan desde su blog a otros blogs de interés (lo que se conoce como *Blogroll*), a entradas significativas, directorios, buscadores, etc., aportando reconocimiento y valor a las fuentes referenciadas (Estalella, 2005).

La información más enlazada, se convierte en la más relevante, ganando con ello visibilidad en la web. Los buscadores los tienen tan en cuenta, que se han convertido en fuentes primarias en la búsqueda de información. Como quedan archivados, proporcionan un lugar donde la información permanece, creándose una memoria virtual en la Web. Además, los hiperenlaces se instituyen como una forma de interacción social, indicando intercambios de información y formación de comunidades de usuarios afines.

En cuanto a los creadores de blogs (bloggers), según Orihuela (2006), se pueden establecer 4 perfiles que engloban los tipos de usuarios que integran la comunidad bloguera:

Perfil 1: usa el formato blog y participa de la cultura blogger, siendo un usuario activo y participativo en las conversaciones establecidas en los blogs.

Perfil 2: usa el formato blog (tiene un blog personal o sigue alguno), pero no participa de la cultura blogger.

Perfil 3: no usa el formato blog, pero sí participa de la cultura blogger, como usuario activo.

Perfil 4: no usa el formato blog y no participa de la cultura blogger. Son los usuarios pasivos de la blogosfera.

Los bloggers se agrupan en comunidades, pero la primera a la que pertenecen al crear un blog, es a la *comunidad bloguera*. Esta comunidad se caracteriza por tener una actitud abierta, conversacional y basada en la participación, siendo esta filosofía la seña de identidad que mejor describe la blogosfera. Esta integración es una actitud de la *cultura blog ó blogocultura*, donde los *blogueros* pueden participar de una o varias comunidades.

Según algunos autores (Fumero & Sáez Vacas, 2006), esta cultura tiene una serie de características que la diferencian de las demás:

1. *Voluntad y deseo de compartir sus pensamientos y experiencias*
2. *La creciente importancia de saber lo que otros piensan*
3. *Los blogueros se ayudan unos a otros*
4. *Necesidad de información diaria de un gran número de fuentes*
5. *Deseo de controlar la forma en que se leen las noticias*
6. *Los blogueros tienden a ser "ciudadanos del mundo"*
7. *Los blogueros se relacionan en la vida real*
8. *Existencia de un "código compartido"*
9. *Habituados a proporcionar y recibir realimentación*
10. *Una irresistible voluntad de compartir con los demás*
11. *La cultura de la velocidad*
12. *La necesidad de reconocimiento*

La conformación de las distintas comunidades puede estar sujeta a cualquiera de estos criterios (Orihuela, 2006):

- *Comunidades basadas en la misma lengua:* es una de los principales factores de la participación del blogger en una comunidad, aunque son muchos los blogs que publican el contenido en más de una lengua, incluso algunos blogs que traducen textos y los ponen a disposición de la blogosfera (*bridge bloggers*)
- *Comunidades basadas en los enlaces:* una de las formas más importante para que los blogs establezcan relaciones en la blogosfera, es a partir de los enlaces

que recibe y aquellos que referencia cada blog (*related links*). Para medir las relaciones establecidas a partir de enlaces, surgen herramientas que las analizan, como es el caso de *Alexa* (<http://www.alexa.com/>)

- *Comunidades basadas en proximidad geográfica*: los blogs han incorporado metadatos que contienen datos como la latitud y la longitud, lo que permite dibujar mapas que reflejan este tipo de relaciones entre blogs.
- *Comunidades de temática común*: muchas comunidades se crean a partir de intereses comunes, referenciándose entre ellas y estableciendo un canal de comunicación en el que se abordan temas específicos.
- *Comunidades basadas en la herramienta*: por último, algunas comunidades se forman en torno a la herramienta de publicación con la que fueron creadas, conformándose blogosferas en torno a un CMS (Content Management System), como es el caso de Wordpress ó Blogger.

Las bibliotecas también tienen su sitio en la blogosfera, conformando lo que se conoce como *biblogsfera* (Arroyo Vázquez, N. & Merlo Vega, 2007), ya que reconocieron el valor de estas herramientas y las aprovecharon para comunicarse con sus usuarios, abriéndose a la comunidad como nunca antes se había visto.

Cuando en la biblioteca se empiezan a utilizar las tecnologías y los principios de la Web 2.0, se habla de “biblioteca 2.0” (Margaix, 2007). Este cambio le ha supuesto a las bibliotecas experimentar una nueva forma de comunicación con sus usuarios más cercana, más transparente, más comprometida, en la que el usuario tiene voz, y la biblioteca lo escucha.

En cuanto al origen del término, según afirman Miller (2005) y Crawford (2006), es Michael Casey en su blog *LibraryCrunch* el que acuña por primera vez el término “Biblioteca 2.0”, estableciendo la definición en la Wikipedia en el año 2005.

En cuanto a la definición, son Casey y Savastinuk (2006), los que establecen el término (Library 2.0), explicándolo como “un modelo de servicio bibliotecario que fomenta el cambio constante y decidido, invitando a la participación del usuario en la creación de los servicios reales y virtuales que desean, apoyándose en la evaluación constante de los servicios” (párr. 3).

Para Didac Margaix (2008), los objetivos que persiguen las bibliotecas al sumergirse en la Web 2.0 son dos: informar y conversar. Según este autor, fueron las bibliotecas públicas las primeras en sumergirse y tras el éxito alcanzado, bibliotecas de todo tipo han hecho lo mismo.

Nieves González (2013c) señala que el uso de la web social en las bibliotecas persigue tres objetivos principales:

- Estar donde los usuarios están.

- Incorporar estas herramientas para mantener actualizada la imagen de la biblioteca.
- Utilizar este canal para comunicarse con los usuarios. Si los usuarios lo utilizan, las bibliotecas también.

Con el fin de satisfacer las necesidades de sus usuarios, las bibliotecas han adoptado este modelo (incluyéndolo en sus planes estratégicos), adaptando algunos de sus servicios tradicionales a este entorno o innovando servicios nuevos con la etiqueta 2.0 (González, 2013c).

En un informe del 2011 elaborado por la Biblioteca del Estado de Carolina del Sur titulado "*Social media, libraries and web 2.0: how american libraries using new tools for public relations and to attract new users*" (South Carolina State Library, 2011), sobre bibliotecas americanas y el uso que están haciendo de las redes sociales y las herramientas 2.0, se muestra que el 87% de los encuestados señala las redes sociales como herramienta 2.0 más utilizada en la promoción de los servicios bibliotecarios. En segundo lugar estarían los blogs (52%) y en tercer lugar herramientas para compartir archivos multimedia (40% fotos y 33% vídeos). En este informe, la gran mayoría de encuestados (96%) consideraban las herramientas 2.0 importantes para la promoción de los servicios de la biblioteca.

Es evidente que las bibliotecas deben estar ahí, para no perder el contacto con sus usuarios. En este entorno, lo principal es la comunicación y para alcanzar este objetivo, las bibliotecas están utilizando diferentes herramientas 2.0 en su trabajo diario:

- Las más utilizadas son los *blogs* y las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* (Margaix, 2010). La red profesional *LinkedIn* se está incorporando a las bibliotecas, pero orientada más a profesionales.
- Las *wikis*, utilizadas por profesionales y usuarios para compartir experiencias.
- Los *blogs* ofrecen información al usuario en un formato en el que puede expresarse, comentando o enlazando entradas del blog de la biblioteca que considere de interés. Esta comunicación genera en el usuario un sentimiento de pertenencia a la institución.
- De la mano de los blogs, llega la *sindicación de contenidos*. Gracias a los agregadores, es posible acceder a una cantidad de información que antes no era abarcable. Los podcasts son otra forma de sindicación de contenidos, pero de contenido audio únicamente.
- La *asignación de etiquetas* por parte de los usuarios (etiquetado social), a los recursos de la biblioteca (OPAC social)
- *Espacios para compartir archivos multimedia*, como es el caso de *Flickr*, *Picasa* o *Instagram* para fotos, *Youtube* para vídeos y *Slideshare* para presentaciones.

- A partir de 2011, la red social *Google+* permite a las organizaciones (no sólo a personas) crear sus páginas en *Google+*, por lo que numerosas bibliotecas se han sumado también a esta red.

-

Figura 9. Biblioteca 2.0



Fuente: Margaix (2008). Informe APEI sobre Web Social

Según Grande González y De la Fuente Redondo (2012), los fines con los que se usan los servicios 2.0 en bibliotecas, se centran en cuatro apartados:

- Ofrecer al usuario una imagen más cercana de la biblioteca.
- Mantenerle informado (noticias de la biblioteca, nuevas adquisiciones, cursos de formación, eventos, etc).
- Prestarle ayuda (cómo utilizar el catálogo, cómo acceder a las bases de datos, etc).
- Fomentar la participación (solicitándoles opiniones, sugerencias, críticas, etiquetado de recursos, etc).

Los beneficios que se pueden obtener utilizando estas herramientas, Nieves González (2013a) los relaciona con el mundo empresarial, y los traduce en:

- *Aumento de ventas:* que en el caso de las bibliotecas se obtendría con el incremento de uso de los servicios y recursos ofrecidos.
- *Reducción de costes:* tanto en esfuerzo del personal como en cuestiones económicas.
- *Aumento de la satisfacción del usuario:* la biblioteca 2.0 otorga protagonismo al usuario, que participa de la actividad de la biblioteca, mientras que ésta adapta los servicios y recursos a sus necesidades.

A estos beneficios hay que sumarles una mayor visibilidad de la biblioteca con una imagen renovada, una mejora en la comunicación con el usuario y una mayor difusión de la información.

Cuando se emprende un cambio así, es necesario que la biblioteca establezca un buen plan de marketing que sirva para evaluar posteriormente estos servicios, y para eso hay que evaluar los resultados. Se hace necesario establecer una serie de indicadores que permitan valorar en qué medida se están obteniendo beneficios con la inclusión de la biblioteca en la Web 2.0.

En cuanto a los principales obstáculos con los que se han encontrado las bibliotecas a la hora de implementar la filosofía 2.0, Nieves González (2013a) los resume en:

- la falta de diseño de un plan de marketing social,
- la inexistencia de sistemas de evaluación uniformes y
- el vacío de métricas sociales de bibliotecas.

No se trata de estar porque sí, sino que hay que medir los resultados para valorar la influencia de estas herramientas en la actividad bibliotecaria.

La falta de personal de algunas bibliotecas es también un obstáculo para la entrada de algunas de ellas en este entorno (Grande González & De la Fuente Redondo, 2012). La gestión de una página de la biblioteca en Facebook, una cuenta en Twitter o un blog, llevan su tiempo, requieren una frecuente actualización y una dedicación para responder o analizar los comentarios y valoraciones emitidas por los usuarios, por lo que el personal bibliotecario tendría que dedicar parte de su jornada a su gestión.

A pesar de las dificultades, una de las herramientas 2.0 que mejor aceptación tiene en las bibliotecas son los blogs. Su uso se ha extendido, reconociéndolos como una indiscutible herramienta de difusión y comunicación. El personal de las bibliotecas es el encargado de gestionar estas herramientas.

Una de las utilidades más comunes que las bibliotecas le han otorgado a los blogs es como tablón de anuncios donde comunicar a sus usuarios las noticias de interés,

enlaces a recursos interesantes y novedades relativas a los recursos y servicios de los que dispone la biblioteca.

En el *Proyecto para la creación de blogs en la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid* (2007), se establecen algunos de los usos que se le han dado a los blogs en las bibliotecas y que quedarían recogidos en los siguientes epígrafes:

- **Como herramienta de publicación de contenidos:**

Los blogs han permitido a los bibliotecarios la edición y publicación de contenidos, gracias a la sencillez de uso de estas herramientas. En los blogs se prioriza el contenido, y el diseño no es tan relevante como el interés que despierten sus entradas o *post* en los usuarios.

Las principales características que han llevado a las bibliotecas a utilizar los blogs como herramienta de comunicación se pueden resumir en: su facilidad de uso, actualización frecuente, coste cero y, lo más interesante, la posibilidad de participación de los usuarios a través de sus comentarios.

Aunque el diseño no es lo prioritario, las bibliotecas suelen personalizar el aspecto del blog adaptándolo a la imagen de la institución.

- **Como herramienta para promocionar sus recursos y servicios**

El principal uso que se ha hecho de los blogs en las bibliotecas ha sido abrir un nuevo canal de comunicación con sus usuarios informándoles de los recursos de los que dispone, los servicios que ofrece, las noticias de interés, los enlaces más interesantes y posibilitando la interacción con ellos, “escuchándoles” a través de sus comentarios.

- **Como medio de comunicación**

Una de las funciones de los blogs es la sustitución de los medios de comunicación tradicionales establecidos en la biblioteca (boletines, alertas,...)

Estas herramientas permiten mayor interacción con los usuarios, estableciendo conversaciones en las que usuarios y bibliotecarios son, a la vez, emisores y receptores de información, creándose una comunicación bidireccional (una conversación), lo que las convierte en un medio de comunicación que intensifica la “sensación de comunidad”.

- **Como servicio de información y referencia**

Se trata de bibliotecas que han llevado este servicio a un espacio en el que no sólo los bibliotecarios pueden responder las consultas, sino que los propios usuarios resuelven sus dudas utilizando sus comentarios y contestándose entre ellos, aprovechando la inteligencia colectiva para resolver los problemas de individuales o de grupo.

- **Como herramienta para la actualización de los bibliotecarios**

Existen blogs creados por bibliotecarios y profesionales de la documentación que permiten la actualización profesional, ofreciendo información sobre cuestiones relativas a bibliotecas y noticias interesantes para la profesión.

- **El blog como tendencia**

Que las bibliotecas utilicen blogs demuestra que están a la última en las tendencias actuales. Esto proporciona valor a la “marca” y a la imagen que la biblioteca proyecta en la sociedad.

4. La evaluación de la Web 2.0: algunas métricas

Las bibliotecas han adoptado el marco 2.0 y lo han incorporado en sus planes estratégicos. No son muchas las que han establecido planes de marketing previos a su implementación, llevándose a cabo de una forma más o menos experimental.

A la hora de evaluar cualquier actividad de la biblioteca, es necesario plasmar los objetivos a alcanzar en un buen plan de marketing, esencial a la hora de establecer unos indicadores que midan las acciones llevadas a cabo por la biblioteca en el entorno 2.0.

En estudios recientes, se expone que el 90,4% de las bibliotecas utilizan algún recurso de la web social (Herrera Morillas & Castillo Diaz, 2011), siendo las redes sociales y los blogs las más utilizadas. Los objetivos que se plantean las bibliotecas al utilizar herramientas de la web social, están relacionados con la mejora y promoción de los servicios, la mayor participación del usuario y sobre todo, el aumento de tráfico generado a la web de la biblioteca (González, 2013b). Como es tradición, cualquier servicio o actividad en la biblioteca debe ser evaluado, y los relacionados con la web social no iban a ser menos.

Las bibliotecas han incorporado estas herramientas, pero son pocos los estudios relacionados con el éxito o el fracaso obtenido tras su implementación. En el ámbito bibliotecario es común el establecimiento de indicadores que garanticen el grado de satisfacción del usuario y, aunque la web 2.0 ha superado la fase de experimentación y su uso está muy extendido, existe un vacío de métricas que permitan conocer el impacto y/o beneficios obtenidos por las bibliotecas (González Fernández-Villavicencio, N., Menéndez Novoa, J. L., Seoane García, C., & San Millán Fernández, M. E., 2013a), siendo necesaria la creación de una serie de indicadores que permitan medir y evaluar los resultados obtenidos de la incorporación a la web social.

En la biblioteca 2.0 es cierto que los “me gusta”, “tweets”, número de seguidores, nº de amigos, enlaces, etc., pueden darnos una idea del impacto que están teniendo estas herramientas en los usuarios y en la actividad de la biblioteca, pero se necesitan otra

serie de indicadores que midan la interacción con el usuario (por ejemplo, analizando los comentarios de los usuarios, los “*retweets*”, etc.).

Aun se está trabajando en el establecimiento de unos indicadores únicos que permitan medir y evaluar de manera uniforme el trabajo desarrollado por las bibliotecas en el entorno 2.0. Según Nieves González (2013a), hasta ahora las herramientas de evaluación sólo ofrecen datos cuantitativos y propone una serie de indicadores para evaluar el impacto de las redes sociales.

Su propuesta se apoya en una serie de objetivos, métricas a utilizar y herramientas que nos pueden servir en la evaluación (por ejemplo Google Analytics, Hootsuite, estadísticas propias de la red social como las ofrecidas por Facebook, etc). En otro trabajo (González et al., 2013a) se proponen una serie de indicadores para evaluar la biblioteca 2.0, también apoyada en una serie de objetivos, métricas a utilizar y herramientas de evaluación.

Algunos de los objetivos y métricas propuestos, están relacionados con el análisis de la popularidad (nº de seguidores, fans, amigos), la actividad (*post*, entradas y actualizaciones, comentarios respondidos), el tráfico (visitantes, páginas vistas, tasa de rebote), la percepción social de la marca, la interacción (nº de comentarios, nº de etiquetas, *retweets*, “me gusta”) y la conversión (aumento de préstamos, de visitas, de solicitudes de cursos de formación, etc.).

Los nuevos indicadores de la web 2.0 son también contemplados en el ámbito de la actividad científica, utilizados para evaluar el impacto de las publicaciones científicas en el entorno 2.0. Son conocidos como *Altmetrics* (Torres, Cabezas & Jiménez, 2013) para diferenciarlos de los indicadores bibliométricos tradicionales, y se apoyan en la idea de que las menciones en blogs o el nº de *retweets*, pueden servir para medir el uso de las publicaciones científicas (utilizando métricas alternativas como las citas recibidas por un autor en un blog).

En el artículo de Torres Salinas, Cabezas Clavijo y Jiménez Contretras (2013) analizan la relación existente entre los indicadores bibliométricos clásicos y las nuevas métricas, observando si existe relación entre la citación de los trabajos por los medios tradicionales y éstas. Deducen que la relación de estos indicadores aun es baja o poco significativa, concluyendo que los *Altmetrics* miden una dimensión del impacto científico que no está definida todavía.

En el caso de los blogs, algunos autores han analizado las características y el uso de estas herramientas, estableciendo una serie de indicadores que pueden servir para medir la usabilidad, el impacto y los beneficios de los blogs en la actividad bibliotecaria.

Clyde (2004), analizó una muestra de blogs relacionados con bibliotecas concluyendo que el uso que se les está dando es, básicamente, como fuente de información y para la promoción de los servicios.

Bar-Ilan (2007) realiza un análisis de los blogs de bibliotecas y bibliotecarios en 2 fases (año 2003 y 2005). La primera fase tiene un carácter descriptivo y analiza aspectos de los blogs tales como: título, URL, descripción del blog, fecha de inicio, nº de *post*, etc. En la segunda fase realiza un análisis del contenido de los *post*, analizando la frecuencia de actualización y los comentarios realizados en cada *post*. En sus conclusiones determina el crecimiento y la expansión de los blogs en las bibliotecas.

Aharony (2009a), evalúa la blogosfera bibliotecaria atendiendo tanto aspectos formales como de contenido en una selección de 30 blogs bibliotecarios, analizados en 2 fases diferentes, en las que la autora examina los principales temas tratados en los *post*, la frecuencia de actualización de las entradas y los comentarios hechos por los usuarios. Incluye indicadores como: nº de *post*/día, nº de comentarios, *tags*, blogroll, etc.

En otro trabajo Aharony (2009b), analiza la temática de las etiquetas o *tags* utilizadas en los blogs de bibliotecas, diferenciándolos de otros tipos de blogs. La autora encuentra diferencias entre la asignación llevada a cabo por bibliotecarios (que están familiarizados con la descripción de información) y las etiquetas establecidas en otros tipos de blogs.

Los blogs pueden ser evaluados tanto en su aspecto formal como en cuestiones de contenido. Jiménez Hidalgo y Salvador Bruna (2007) analizaron los aspectos formales de una muestra de blogs con contenido científico y académico, utilizando un cuestionario basado en la *Guía de evaluación heurística de sitios web* de Yusef Hassan Montero y Francisco Martín Fernández (2003) y que permite analizar diferentes aspectos relativos los contenidos básicos de un blog (archivo, blogroll, etc), visibilidad, navegabilidad, etc.

Torres Salinas, Cabezas Clavijo y Delgado López-Cózar (2008) analizaron indicadores de producción y participación en 12 blogs españoles de Biblioteconomía y Documentación, seleccionados de una muestra de 46 para el posterior cálculo de indicadores. Para cada blog se analizaron: nº de *post* o entradas, nº de *post* por día, nº de palabras contenidas en los *post*, nº de palabras por *post*, nº de comentarios recibidos, nº de comentarios por *post* y nº de *post* sin comentarios. Tras el análisis, se evidencia un descenso en la redacción de *post* y de los comentarios, reflejo de la falta de interés de la comunidad bibliotecaria con respecto a estas herramientas.

En el *5º Congreso de Bibliotecas Públicas*, se abordó el tema de las bibliotecas en la web social desde la perspectiva de la evaluación de los datos. Se presentaron una serie de indicadores para la evaluación de blogs gestionados por bibliotecas: productividad mensual, nº de links recibidos de Google, nº de links por *post*, Authority de Technorati y el Page Rank de Google (Torres Salinas, 2010).

Otros autores (González et al., 2013a) han establecido indicadores relativos a la evaluación de la web social y respecto a los blogs, algunos de los que se proponen son,

además de los ya expuestos: seguidores del blog (para evaluar la popularidad), visitantes, menciones a la marca en servicios web externos, nº de “me gusta”, *retweets*,...

Todos estos indicadores se plantean para cubrir el vacío existente en cuanto a métricas que evalúen la biblioteca 2.0. Vivimos un momento en el que se hace necesaria la evaluación de las actividades con la etiqueta 2.0 llevadas a cabo por bibliotecas, que sirvan para justificarlas y para conocer la rentabilidad del esfuerzo (en términos de recursos, personal, coste) dedicado por la institución a la web social.

5. Selección de la muestra y características

Este trabajo comienza con la obtención de un listado de 50 bibliotecas universitarias públicas españolas, seleccionadas a partir de los datos incluidos en las Estadísticas de REBIUN correspondientes al año 2012 [consulta: junio 2013].

Se accede a la web principal de cada una de las 50 bibliotecas, localizando blogs en 30 de ellas y se genera un listado en el que se diferencian las bibliotecas que disponen de blog/s y las que no, lo que nos ofrece una primera aproximación a la presencia de estas bibliotecas en la blogosfera (Tabla 1).

Tabla 1. Bibliotecas universitarias con blog vs. Bibliotecas universitarias sin blog

Bibliotecas	Blog	Bibliotecas	Blog
UNED	Si	Granada	No
Barcelona	Si	Valencia	No
Univ. Complutense	Si	País Vasco-EHU	No
Sevilla	Si	Polit. Madrid	No
Aut. Barcelona	Si	Polit. Catalunya	No
Zaragoza	Si	Cádiz	No
Polit. Valencia	Si	Illes Balears	No
Murcia	Si	Miguel Hernández	No
Málaga	Si	Jaume I	No
Salamanca	Si	Rovira i Virgili	No
Alacant	Si	León	No
Rey Juan Carlos	Si	Almería	No
Castilla-La Man.	Si	Cantabria	No
Aut. Madrid	Si	Girona	No
Alcalá	Si	Pablo Olavide	No
Santiago	Si	Pompeu Fabra	No
Córdoba	Si	Pública Navarra	No
Oviedo	Si	Int. Andalucía	No
Las Palmas	Si	San Jorge	No
Valladolid	Si	Polit. Cartagena	No
Extremadura	Si		
La Laguna	Si		
A Coruña	Si		
Vigo	Si		
Carlos III	Si		
Jaén	Si		
Huelva	Si		
Univ. Burgos	Si		
Lleida	Si		
La Rioja	Si		

Estas 30 bibliotecas gestionan un total de **183 blogs** (Tabla 2). Dependiendo del tamaño de la biblioteca (en cuanto al nº de usuarios totales a los que atiende), pueden gestionar un único blog como en el caso de Huelva ó Zaragoza o varios, como en el caso de las de la Universidad de La Laguna o la Complutense de Madrid, que gestionan 22 y 35 blogs respectivamente.

Tabla 2. Bibliotecas/Nº de blogs

Bibliotecas	Número de blogs
Univ. Complutense	35
Aut. Barcelona	24
La Laguna	22
Sevilla	19
Valladolid	10
Barcelona	9
Las Palmas	9
Salamanca	7
UNED	7
A Coruña	5
Carlos III	5
Polit. Valencia	5
Murcia	4
Alcalá	3
Santiago	3
Univ. Burgos	2
Alacant	1
Aut. Madrid	1
Castilla-La Man.	1
Córdoba	1
Extremadura	1
Huelva	1
Jaén	1
La Rioja	1
Lleida	1
Málaga	1
Oviedo	1
Rey Juan Carlos	1
Vigo	1
Zaragoza	1
TOTAL	183

El siguiente paso es analizar el contenido de cada uno de los blogs, para poder diferenciar la temática difundida en cada uno de ellos. Se encuentran tanto blogs de carácter general como blogs con contenido especializado (Tabla 3), estos últimos normalmente emanados de bibliotecas de facultad de las distintas universidades (tal es el caso de los blogs de las bibliotecas de la Universidad de Barcelona o la de Sevilla,

que cuentan con blogs con contenidos especializados en materias como Medicina, Arquitectura, Educación, Matemáticas, etc.).

Tabla 3. Temática de los blogs

Bibliotecas	Número de blogs	Tipología
UNED	7	General y Específicos
Univ. Complutense	35	General y Específicos
Polit. Valencia	5	General y Específicos
Murcia	4	General y Específicos
Salamanca	7	General y Específicos
Alcalá	3	General y Específicos
Santiago	3	General y Específicos
Las Palmas	9	General y Específicos
Valladolid	10	General y Específicos
La Laguna	22	General y Específicos
A Coruña	5	General y Específicos
Carlos III	5	General y Específicos
Univ. Burgos	2	General y Específicos
Zaragoza	1	General
Alacant	1	General
Rey Juan Carlos	1	General
Castilla-La Man.	1	General
Aut. Madrid	1	General
Oviedo	1	General
Extremadura	1	General
Vigo	1	General
Jaén	1	General
Huelva	1	General

Una vez examinado el contenido, se decide tomar como muestra los 26 blogs con contenidos de carácter general, entendiendo aquellos blogs que la biblioteca utiliza para promocionar, difundir y compartir información relacionada con su actividad (servicios, recursos, actividades, etc).

Como ya se ha dicho, esta selección se fundamenta en el carácter similar de estos blogs y la posibilidad de compararlos y evaluarlos siguiendo los mismos parámetros, por lo que quedan descartados aquellos blogs que difunden una temática específica, ya que su heterogeneidad y su carácter poco representativo en la muestra, obliga a excluirlos del análisis.

Se accede a cada uno de los 26 blogs seleccionados y se decide descartar 3 más, correspondientes a Málaga, Córdoba y La Rioja, ya que utilizan los blogs como *club de lectura*, difundiendo los títulos de diferentes obras, y al ser también poco representativos, se determina que queden fuera del análisis.

Finalmente, se seleccionan las 23 bibliotecas que disponen de, al menos, un blog general, que es seleccionado para el presente trabajo.

Esos **23 blogs generales** conforman la unidad de análisis. Las bibliotecas que los gestionan se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 4. Bibliotecas con blogs generales unidad de análisis

BIBLIOTECAS
A Coruña
Alacant
Alcalá
Aut. Madrid
Burgos
Carlos III
Castilla-La Man.
Complutense
Extremadura
Huelva
Jaén
La Laguna
Las Palmas
Murcia
Oviedo
Politécnica Valencia
Rey Juan Carlos
Salamanca
Santiago
UNED
Valladolid
Vigo
Zaragoza

Para cada uno de los 23 blogs de contenido general seleccionados, se detalla una ficha descriptiva donde se recoge información relativa al *título del blog*, la *URL de acceso* y la *fecha de inicio* de la actividad de cada uno [consulta: junio 2013]:

A Coruña

Título: *BUDC. Blog da Sección de Coordinación da Biblioteca da Universidade da Coruña*

URL: <http://budcinformacion.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2007

Alacant

Título: *El libro distraído*

URL: <http://blogs.ua.es/bibliotecauniversitaria/>

Fecha de inicio: 2009

Alcalá

Título: *Sin Dudas: blog de respuestas*

URL: <http://sindudasbuah.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2009

Autónoma de Madrid

Título: *CanalBiblos: blog de la Biblioteca y Archivo de la UAM*

URL: <http://canalbiblos.blogspot.com/feeds/post/default?alt=rss>

Fecha de inicio: 2008

Burgos

Título: *BiblioEnredados: el blog de información de la Biblioteca de la UBU*

URL: <http://blogbubu.ubu.es/>

Fecha de inicio: 2011

Castilla-La Mancha

Título: *Blog de la Biblioteca UCLM: Weblog del Área de Biblioteca de la Universidad de Castilla-La Mancha*

URL: <http://bibliotecauclm.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2008

Complutense

Título: *La Biblioteca Informa: Un espacio para la comunicación entre la BUC y la comunidad universitaria*

URL: <http://pendientedemigracion.ucm.es/BUCM/blogs//labibliotecainforma/>

Fecha de inicio: 2009

Carlos III

Título: *Sin lugar a dudas*

URL: <http://biblioteca2.uc3m.es/sinlugaradudas/>

Fecha de inicio: 2013

Extremadura

Título: *La biblioteca informa: Noticias de la biblioteca universitaria UEX*

URL: <http://labibliotecainforma.wordpress.com/>

Fecha de inicio: 2009

Huelva

Título: *La Buhardilla: el Blog de la Biblioteca Universitaria de Huelva*

URL: <http://www.uhu.es/biblioteca/labuhardilla/>

Fecha de inicio: 2011

Jaén

Título: *BujaBlog: Biblioteca de la Universidad de Jaén*

URL: <http://blogs.ujaen.es/biblio/>

Fecha de inicio: 2009

La Laguna

Título: *Noticias y punto: un blog en el que encontrará información sobre las noticias relacionadas con la Biblioteca de la ULL, sus recursos, especialmente Punto 0, sus servicios y actividades*

URL: <http://noticias-y-punto.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2012

Las Palmas

Título: *Faro Digital: difundiendo los recursos digitales de la BULPGC*

URL: <http://bibwp.ulpgc.es/faroblog/>

Fecha de inicio: 2009

Murcia

Título: *Blog de la Biblioteca General de Espinardo de la Universidad de Murcia*

URL: <http://generalbib.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2012

Oviedo

Título: *Mira el BUO*

URL: <http://miraelbuo.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2011

Politécnica Valencia

Título: *Blog del PoliBuscador: Biblioteca Digital UPV*

URL: <http://polibuscador.blogs.upv.es/>

Fecha de inicio: 2006

Rey Juan Carlos

Título: *El blog de la BURJC*

URL: <http://bibliotecablogurjcsc.wordpress.com/>

Fecha de inicio: 2010

Salamanca

Título: *El astronauta: Bibliotecas USAL*

URL: <http://diarium.usal.es/bibliotecas/>

Fecha de inicio: 2008

Santiago

Título: *Fonseca: Blog da Biblioteca Universitaria de Santiago de Compostela*

URL: <http://busc.wordpress.com/>

Fecha de inicio: 2012

UNED

Título: *BiblioUNED abierta*

URL: <http://usuariosbibliotecacentraluned.blogspot.com.es/>

Fecha de inicio: 2008

Valladolid

Título: *BlobUVa: el blog de la biblioteca, tu blog*

URL: <http://blobuvap.wordpress.com/>

Fecha de inicio: 2008

Vigo

Título: *Blog da Biblio: blog de novas da Biblioteca da Universidade de Vigo*

URL: <http://www.blogdabiblio.es/>

Fecha de inicio: 2008

Zaragoza

Título: *Tirabuzón: blog de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza*

URL: <http://blog.biblioteca.unizar.es/>

Fecha de inicio: 2011

Una vez recogidos los datos básicos de cada blog, se preparó el conjunto de indicadores con los que se recopiló información tanto descriptiva (fecha de inicio o herramienta utilizada) como relativa a métricas que permitan evaluar de alguna manera su actividad (nº de *post*, nº de comentarios,...).

Una vez analizados estos datos y para conocer algunos aspectos de carácter cualitativo de la muestra - como cuáles son los temas que despiertan más interés - se

seleccionaron los 3 blogs que recibieron más comentarios en sus *post* durante un curso académico.

Para facilitar el estudio de los temas sobre los que versan los *post*, se establecieron una serie de categorías generales donde se clasificó el contenido de cada uno de ellos, asignando 1 punto a la categoría correspondiente, por cada *post* que hablara de ese tema.

Las categorías donde quedaron recogidos los temas principales de los *post*, son:

Noticias: se incluyen aquellos *post* en los que la biblioteca comunica noticias relativas a su actividad (horarios, ubicación, informes, premios,...).

Recursos: *post* en los que se promocionen o difundan los recursos de la biblioteca.

Servicios: *post* que incluyan información relativa a alguno de los servicios de la biblioteca (préstamo, apoyo a la investigación,...)

Actividades: exposiciones, concursos, rastrillos, jornadas,...y cualquier otra actividad desarrollada por la biblioteca

Información/Formación: *post* en los que se expliquen técnicas de búsqueda, formatos bibliográficos, cómo citar, información sobre plagio, cómo publicar, etc.

Otros: se incluirán aquellos *post* cuyo contenido no pueda ser incluido en ninguna de las categorías anteriores.

6. Descripción de los indicadores

Además del *título*, la *URL de acceso* y la *fecha de inicio* del blog, se analizarán los siguientes indicadores:

- *Nº de blogs gestionados por la/s biblioteca/s:* las bibliotecas pueden gestionar uno o varios blogs para cubrir las necesidades informativas de sus usuarios.
- *Herramienta utilizada:* cuál es el gestor de contenidos (CMS) que han elegido las bibliotecas para la creación y gestión de blogs.
- *Enlaces:* este indicador nos permite conocer cuántas páginas apuntan al blog, lo que le aporta mayor o menor visibilidad en la red y, por tanto, más o menos impacto en la comunidad.
- *Nº de post:* indicador con el que podemos medir la actividad del blog, con qué frecuencia se publica, si se mantiene activo, qué meses concentran la mayor carga informativa, qué *post* es más comentado, etc. A partir de este dato, se obtiene el *promedio de post*.

- *Nº de comentarios*: este indicador mide la interacción de la comunidad con el blog, lo que demostraría que estas herramientas han impactado, que los usuarios participan y así lo expresan haciendo uso de las posibilidades que ofrecen los blogs a través de los comentarios. A partir de este dato, se obtiene el *promedio de comentarios*.
- *Productividad últimos 5 años*: permite evaluar el grado de actividad y la dedicación a estas herramientas en los últimos 5 años.
- *Productividad global*: obtenida al dividir el resultado del indicador anterior por 5 años o, en su caso, por el número de años de vida del blog.

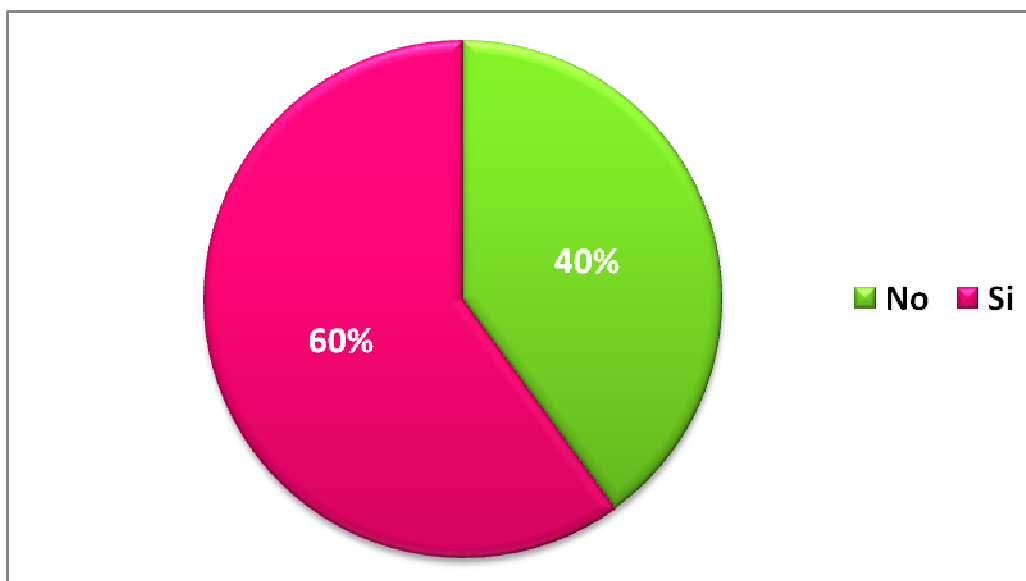
Estos indicadores nos permitirán evaluar aspectos cuantitativos relacionados con estas herramientas, qué actividad están teniendo y qué respuesta reciben de los usuarios del blog.

7. Análisis de los resultados

Tras analizar los datos relativos al número de bibliotecas que han introducido los blogs como medio de comunicación 2.0 entre sus actividades, se puede decir que la presencia de las bibliotecas universitarias públicas españolas en la blogosfera, no es muy elevada, pero es un hecho.

De las 50 bibliotecas de la muestra, 30 gestionan uno o varios blogs, siendo el porcentaje de participación en la blogosfera de un 60% frente al 40% que no participa.

Figura 10. Bibliotecas con blog/sin blog

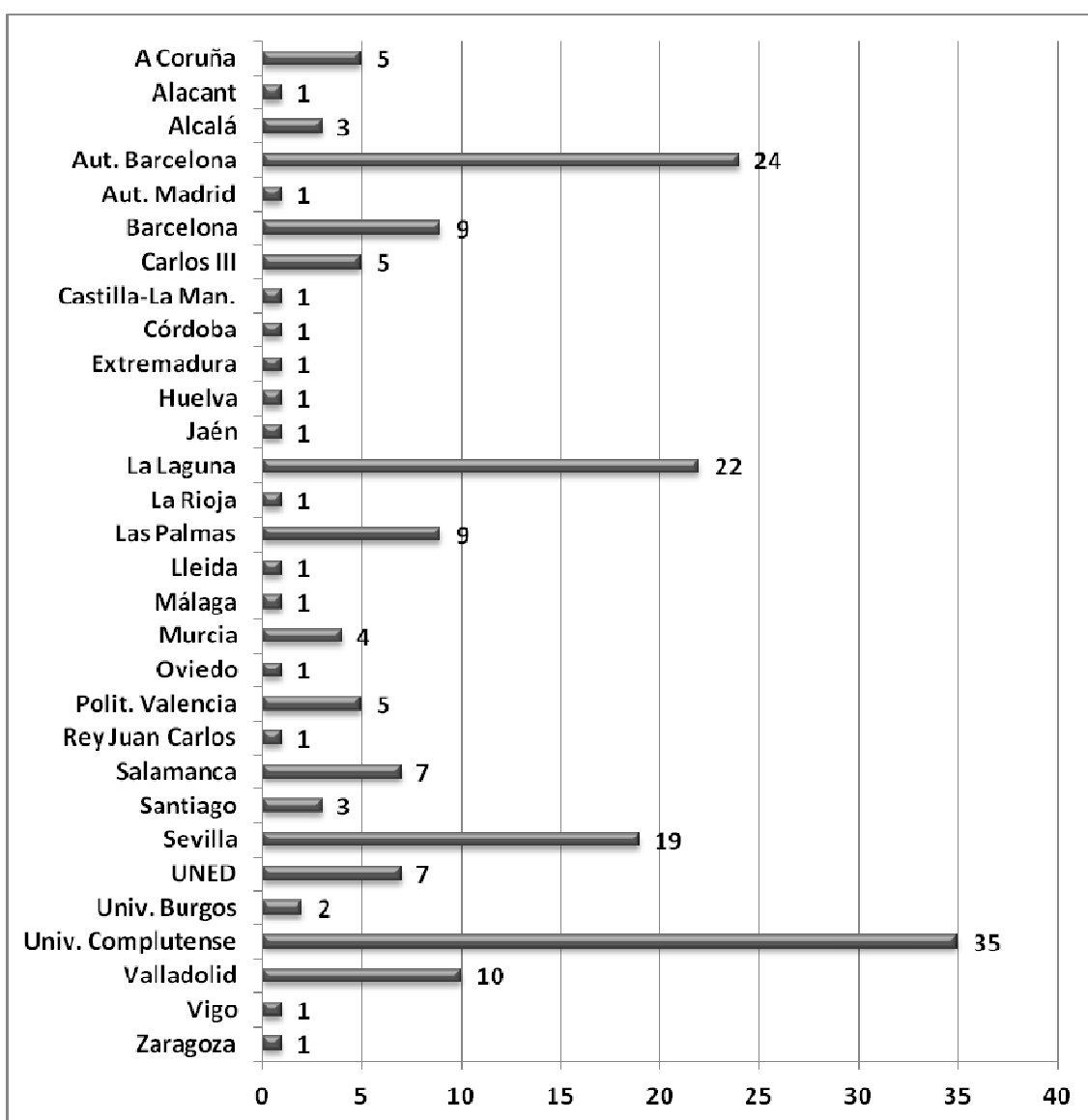


Estas 30 bibliotecas gestionan un total de **183 blogs** (generales y temáticos).

El nº de blogs gestionados por cada una de ellas, varía. Normalmente las bibliotecas consideradas de gran tamaño, gestionan varios blogs, como es el caso de la Complutense de Madrid o la Autónoma de Barcelona. En otras bibliotecas, sobre todo las consideradas medianas y/o pequeñas, gestionan un único blog, como es el caso de la biblioteca de la Universidad de Huelva.

En el caso que nos ocupa, la distribución de los 183 blogs por las distintas bibliotecas se muestra a continuación:

Figura 11. Número de blogs por Universidad



Parece evidente que en las bibliotecas consideradas “grandes”, se disponga de más recursos, personal y posibilidades de gestión de estas herramientas que las consideradas “pequeñas”, que pueden estar más limitadas a la hora de poner en marcha nuevos productos y servicios, pero, ¿esto es siempre así?

Tomando como indicador los usuarios totales, se dividieron los datos de la tabla en cuartiles. Esto nos permitió conocer la relación entre el tamaño de la biblioteca y el número de blogs gestionados (Tabla 5).

Tabla 5. Ranking bibliotecas por número de usuarios

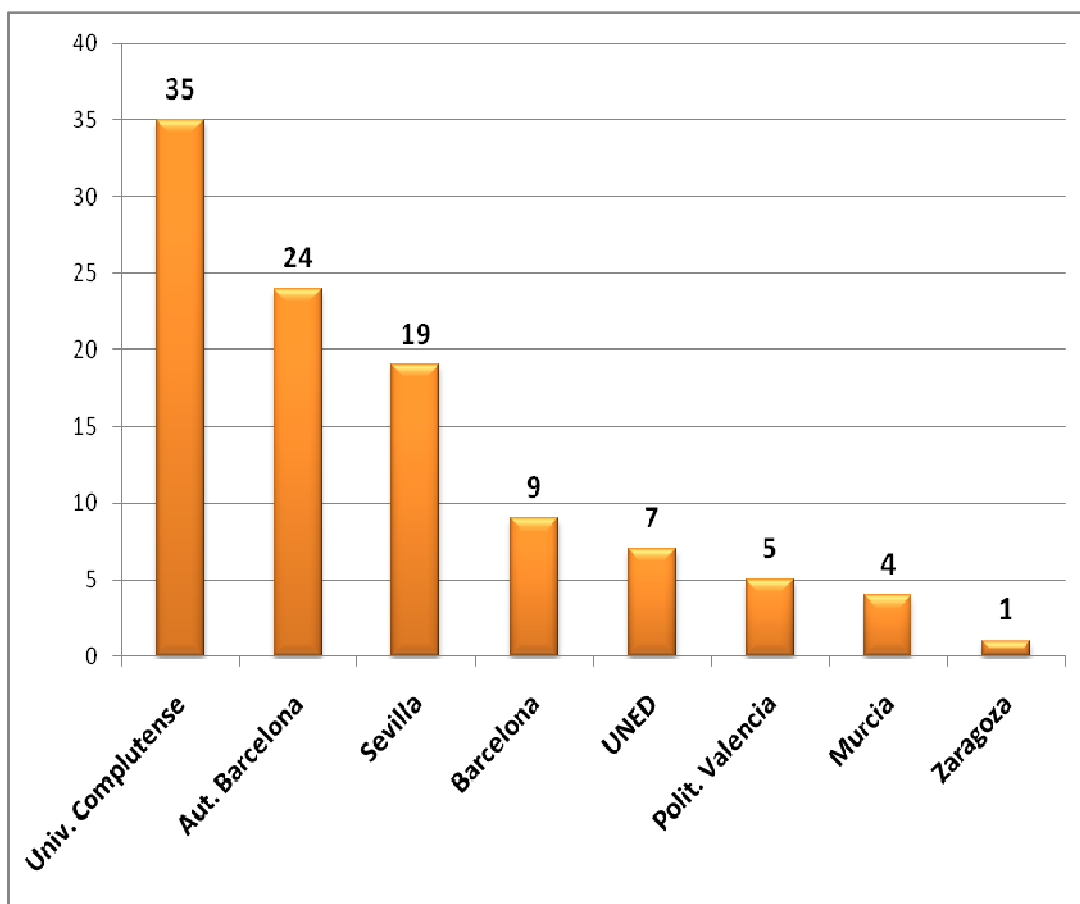
Bibliotecas	Usuarios propios
UNED	240.887
Barcelona	103.834
Univ. Complutense	94.022
Sevilla	71.769
Aut. Barcelona	49.505
Zaragoza	43.825
Polit. Valencia	40.384
Murcia	39.391
Málaga	38.282
Salamanca	38.046
Alacant	35.816
Rey Juan Carlos	35.682
Castilla-La Man.	34.904
Aut. Madrid	34.435
Alcalá	33.674
Santiago	33.595
Córdoba	32.214
Oviedo	29.885
Las Palmas	29.154
Valladolid	29.039
Extremadura	28.772
La Laguna	27.682
A Coruña	24.334
Vigo	23.388
Carlos III	20.356
Jaén	18.233
Huelva	15.520
Univ. Burgos	11.123
Lleida	10.868
La Rioja	6.262

Fuente: Estadísticas de REBIUN (2012)

Según los datos recogidos, las bibliotecas posicionadas en el primer cuartil - consideradas de gran tamaño - (UNED, Barcelona, Universidad Complutense, Sevilla, Autónoma de Barcelona, Zaragoza, Politécnica de Valencia y Murcia) concentran 104 de los 183 blogs, es decir, el 56,8% de los blogs pertenecen a las bibliotecas consideradas de gran tamaño, por lo que parece que la cantidad de usuarios atendidos tiene alguna relación con el número de blogs que se gestionan.

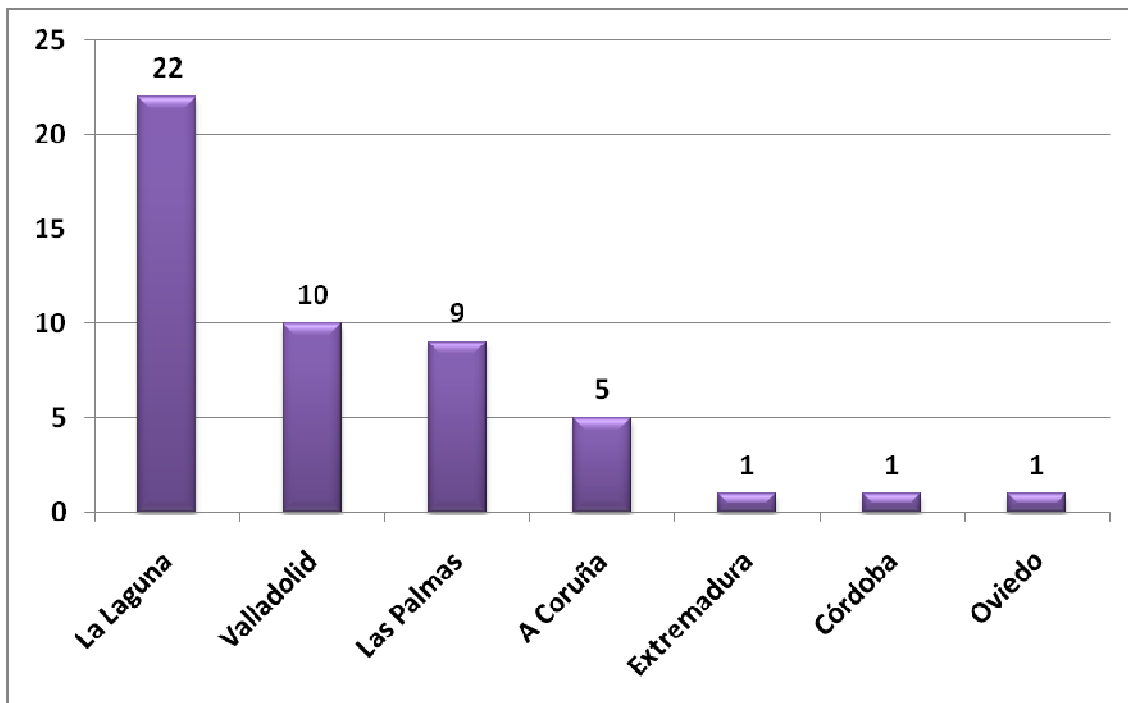
Algunas de las bibliotecas posicionadas en el primer cuartil (1Q) - la Universidad Complutense, la Autónoma de Barcelona y la de Sevilla - disponen de 35, 24 y 19 blogs respectivamente, lo que supone una actividad bloguera bastante alta.

Figura 12. Nº de blogs de las bibliotecas consideradas “grandes” (1Q)



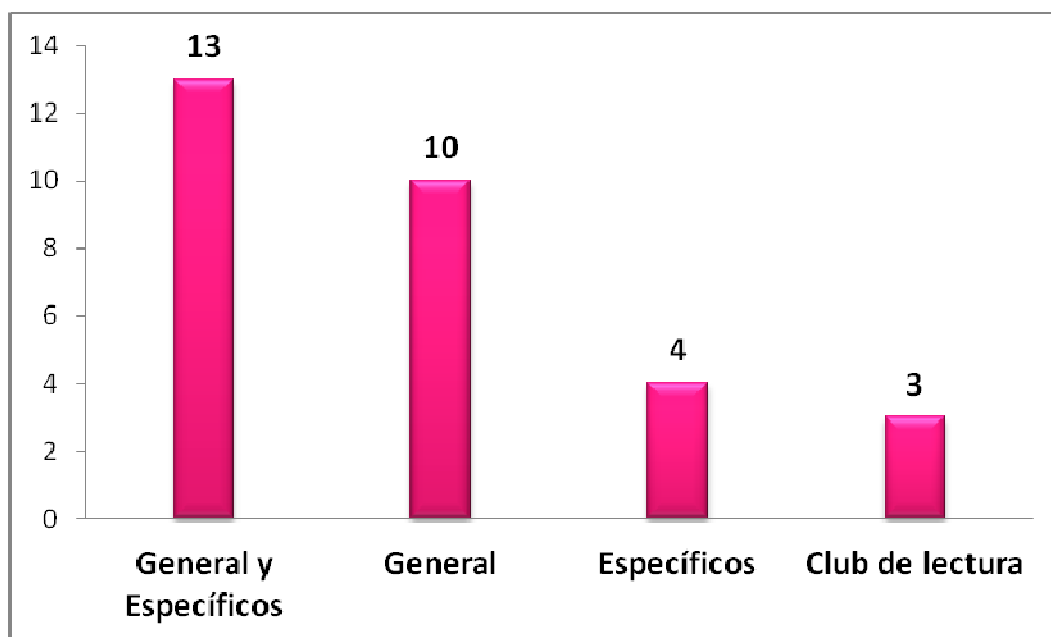
En este mismo ranking, llama la atención que 3 de las bibliotecas posicionadas en el tercer cuartil, concentran la gestión de 41 blogs (La Laguna, Valladolid y Las Palmas), por lo que sin ser de gran tamaño, tienen una actividad bloguera considerable.

Figura 13. Nº de blogs de las bibliotecas consideradas “medianas” (3Q)



Si se tiene en cuenta el contenido difundido en el blog, nos encontramos con que la mayoría de las 30 bibliotecas utilizan blogs generales (al menos uno) y lo que difunden en ellos es información de carácter general relativa a sus recursos, servicios, actividades y noticias de interés.

Figura 14. Contenido de los blogs de las 30 bibliotecas



Como se observa en el gráfico, de las 30 bibliotecas que disponen de blog:

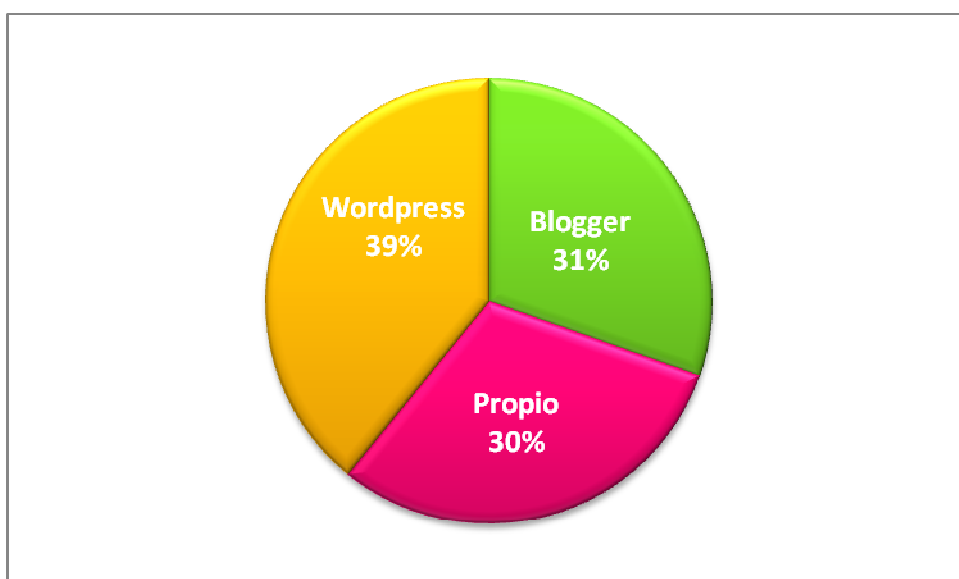
- 10 gestionan únicamente blogs con contenido general,
- 13 al menos 1 blog con contenidos generales y otros blogs de carácter específico,
- 4 bibliotecas únicamente blogs específicos y
- 3 de ellas han visto en los blogs unas potentes herramientas de apoyo a la promoción a la lectura, constituyéndose en auténticos clubs de lectura.

En este trabajo se ha decidido analizar los 23 blogs con contenidos generales, quedando excluidos del análisis los blogs de las bibliotecas de Barcelona, Sevilla, Lleida y Autónoma de Barcelona - que gestionan únicamente blogs temáticos correspondientes a las titulaciones impartidas - y los blogs de las bibliotecas de La Rioja, Córdoba y Málaga, ya que utilizan el blog como club lectura.

En cuanto a la herramienta utilizada como gestor de contenidos, se han encontrado blogs diseñados y gestionados utilizando el gestor de contenidos Wordpress, Blogger ó gestores de contenido propios. En los 3 casos, los porcentajes de uso están muy repartidos.

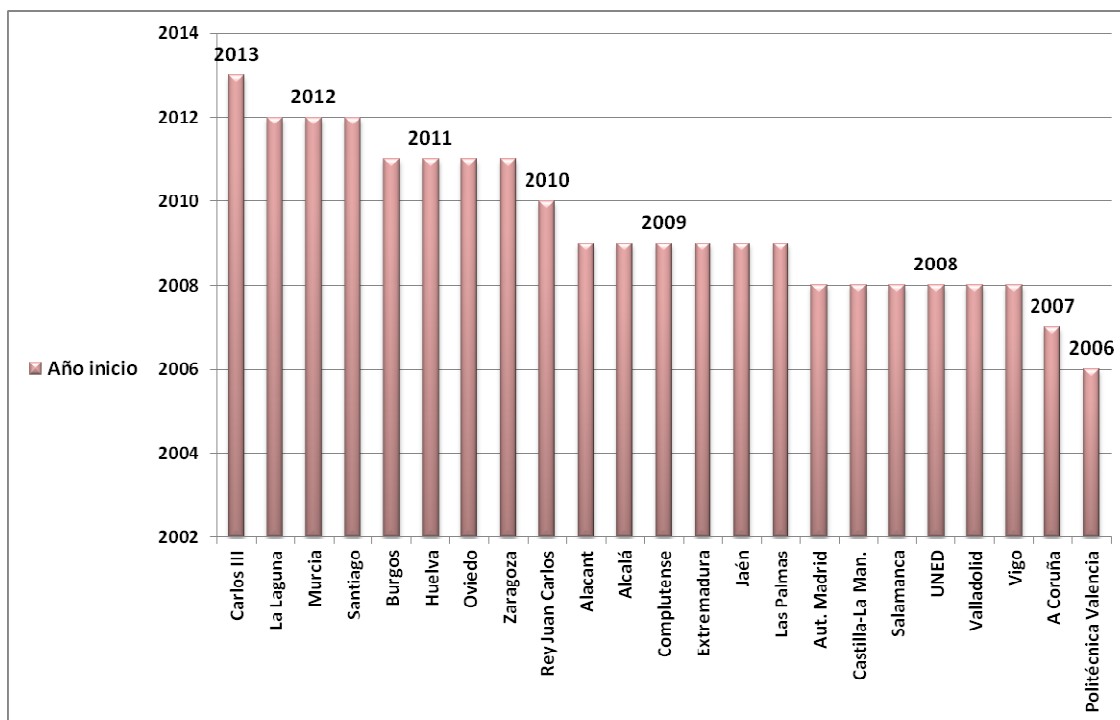
Como se puede ver en el gráfico, el porcentaje de bibliotecas que utilizan Wordpress es un poco superior, alcanzando el 39% de uso, mientras que el porcentaje de bibliotecas que han utilizado Blogger ha sido del 31% y las que han utilizado un gestor de contenido propio un 30%.

Figura 15. Herramienta de gestión



Conocer el año en el que las bibliotecas se incorporan a la blogosfera, ofrece una visión de la consistencia del blog, dependiendo de los años que lleve activo. Los blogs analizados se han ido incorporando a la blogosfera gradualmente desde hace 7 años. Su distribución por años se muestra en la siguiente gráfica:

Figura 16. Año de inicio de las bibliotecas en la blogosfera



Según los datos recogidos, las primeras bibliotecas universitarias que se incorporaron a la blogosfera fueron las de la Universidad Politécnica de Valencia (2006) y A Coruña (2007).

En el año 2008, se suman las bibliotecas de la Universidad Autónoma de Madrid, Salamanca, UNED, Vigo, Castilla-La Mancha y Valladolid.

En 2009, las bibliotecas de Extremadura, Complutense, Las Palmas, Alcalá, Jaén y Alacant también se incorporan.

En el año 2010, se produce una parada, siendo solamente la biblioteca de la Universidad Rey Juan Carlos la que incorpora un blog en su web.

En 2011 se suman 4 bibliotecas más (Zaragoza, Huelva, Burgos y Oviedo) y en 2012 otras 3 (La Laguna, Murcia y Santiago).

En 2013, solamente 1 biblioteca (Carlos III) aparece como recién incorporada al mundo de los blogs, por lo que parece que está descendiendo el interés en estas herramientas. Esto puede deberse al hecho de que muchas bibliotecas están eligiendo como herramienta 2.0, las redes sociales, que han escalado posiciones y están presentes en muchas de ellas.

Una vez que las bibliotecas se incorporan a la blogosfera, es interesante conocer el grado de actividad del blog, y el número de *post* publicados puede ser un buen indicador.

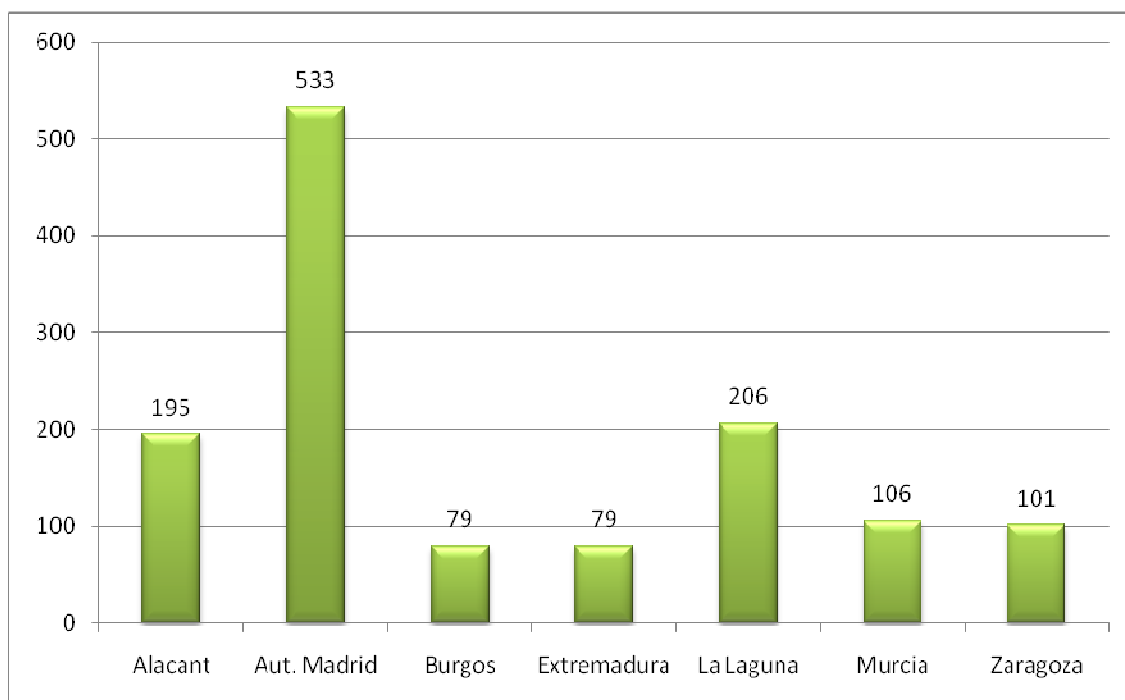
En el marco temporal prefijado para el análisis (curso académico sep. 2012-jun. 2013), el número total de entradas publicadas por los 23 blogs de la muestra asciende a **1806**. Si dividimos este resultado entre los 23 blogs analizados, saldrían alrededor de **78,52** *post* de media para cada blog – lo que supone una publicación de 8 *post* al mes (Tabla 6).

Tabla 6. Ranking nº de *post* durante el curso 2012-2013

BIBLIOTECAS	Nº de posts
Aut. Madrid	533
La Laguna	206
Alacant	195
Murcia	106
Zaragoza	101
Burgos	79
Extremadura	79
Complutense	60
Jaén	53
Rey Juan Carlos	50
Las Palmas	49
Carlos III	37
Castilla-La Man.	36
Politécnica Valencia	32
Santiago	32
Salamanca	30
Huelva	28
UNED	25
A Coruña	22
Alcalá	19
Oviedo	18
Vigo	15
Valladolid	1
TOTAL	1806

Según los datos recogidos en la tabla, solamente 7 blogs estarían por encima de la media de *post* publicados, (que supone la publicación de al menos 2 *post* diarios). Estos 7 blogs (*Autónoma de Madrid, La Laguna, Alacant, Murcia, Zaragoza, Burgos, Extremadura*) contienen el 71% de la totalidad de *post*/curso de los blogs analizados en este trabajo.

Figura 17. Blogs que publican más *post* por curso académico



Estos 7 blogs tendrían una actividad bloguera por encima de la media (78,52), mientras que el resto no alcanzaría estos niveles, llegando a darse casos como el de la biblioteca de la Universidad de Valladolid, que en 10 meses ha publicado 1 único *post*, por lo que se le considera inactivo.

En el extremo opuesto, llama la atención la actividad del blog de la Autónoma de Madrid que, con 533 *post* publicados durante el curso, supone una frecuencia de publicación de, al menos, 2 *post* diarios.

El caso de La Laguna (206 *post*) también muestra una publicación activa en el blog con, al menos, 1 entrada al día.

Una vez analizados los *post*, una forma de medir el impacto que tienen en la comunidad, puede realizarse a partir del análisis de los comentarios recibidos. La capacidad para generar auténticos debates en el blog es prueba inequívoca de que las publicaciones están llegando a la comunidad y, en consecuencia, el contenido del blog es visible.

El número total de comentarios asciende a **338**, y se muestran en la siguiente tabla (Tabla 7):

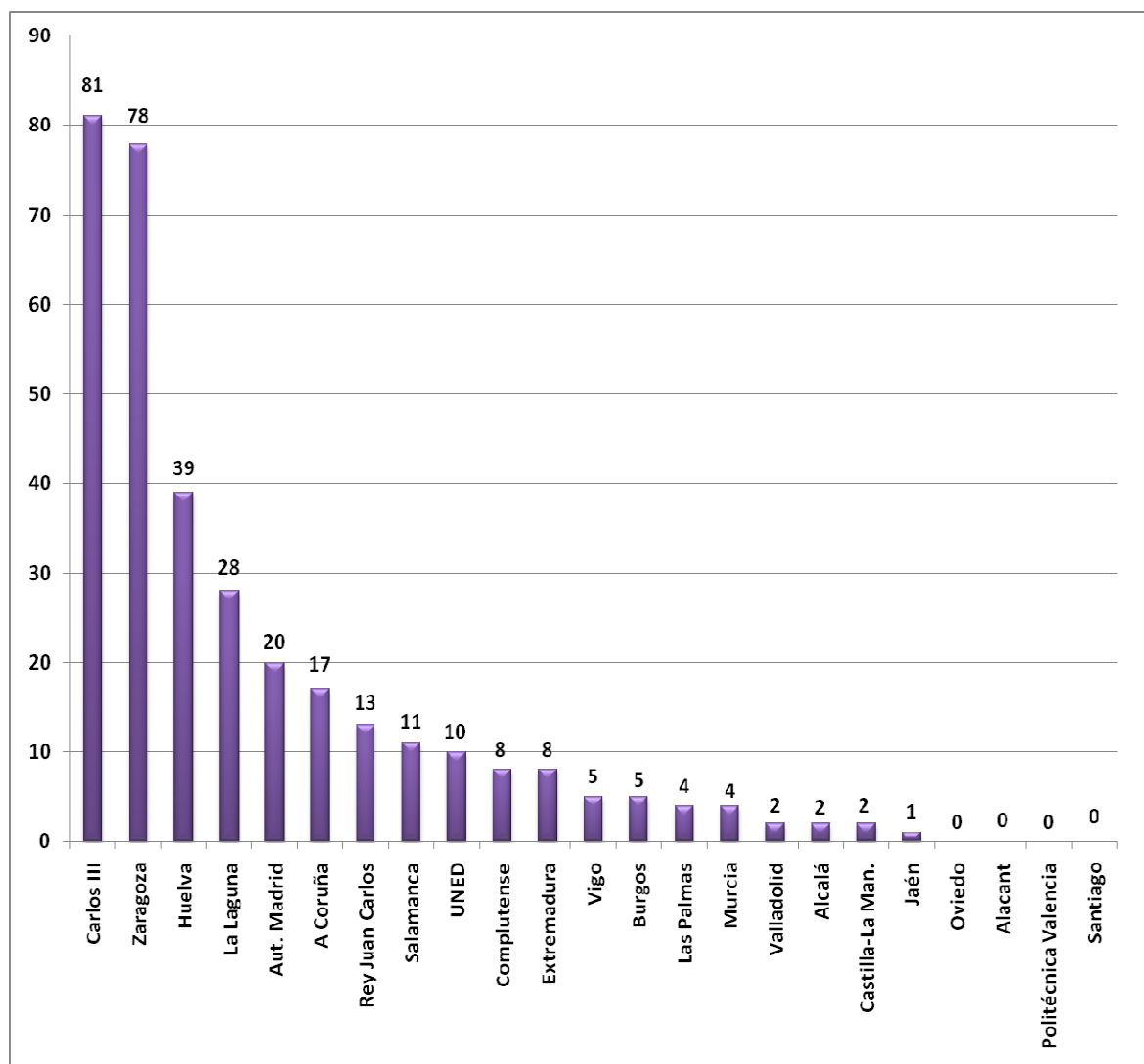
Tabla 7. Ranking nº de comentarios recibidos en los blogs durante el curso académico

BIBLIOTECAS	Nº de comentarios
Carlos III	81
Zaragoza	78
Huelva	39
La Laguna	28
Aut. Madrid	20
A Coruña	17
Rey Juan Carlos	13
Salamanca	11
UNED	10
Extremadura	8
Complutense	8
Burgos	5
Vigo	5
Murcia	4
Las Palmas	4
Castilla-La Man.	2
Alcalá	2
Valladolid	2
Jaén	1
Alacant	0
Politécnica Valencia	0
Santiago	0
Oviedo	0
TOTAL	338

Si la media de comentarios para cada uno de los blogs de la muestra es de **14,69**, solamente la superan los blogs de la *Carlos III*, *Zaragoza*, *Huelva*, *La Laguna*, *Autónoma de Madrid* y *A Coruña*.

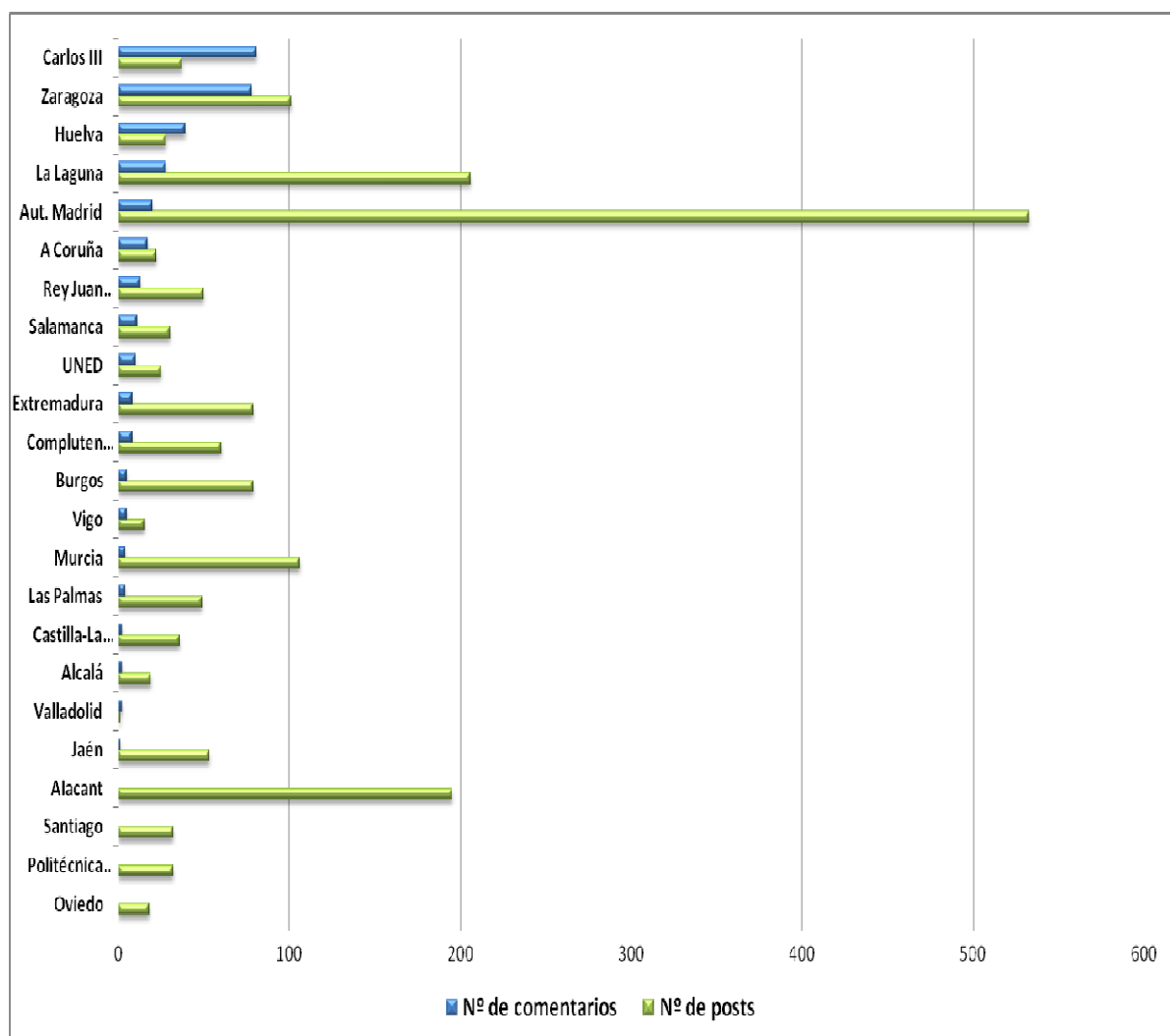
El resto apenas han recibido comentarios, alcanzándose un **porcentaje de post sin comentarios del 81%**. Incluso se da el caso de blogs como los de Alacant, Politécnica de Valencia, Santiago y Oviedo que no han recibido en sus *post* ni un sólo comentario durante el curso.

Figura 18. Blogs que han recibido más comentarios por curso académico



Estos 2 indicadores – *post* y comentarios- mantienen relación, ya que sin *post* no habría comentarios. La establecida entre los *post* y los comentarios de los blogs de este trabajo, se muestra en la siguiente gráfica:

Figura 19. Post y comentarios durante el curso académico 2012-2013



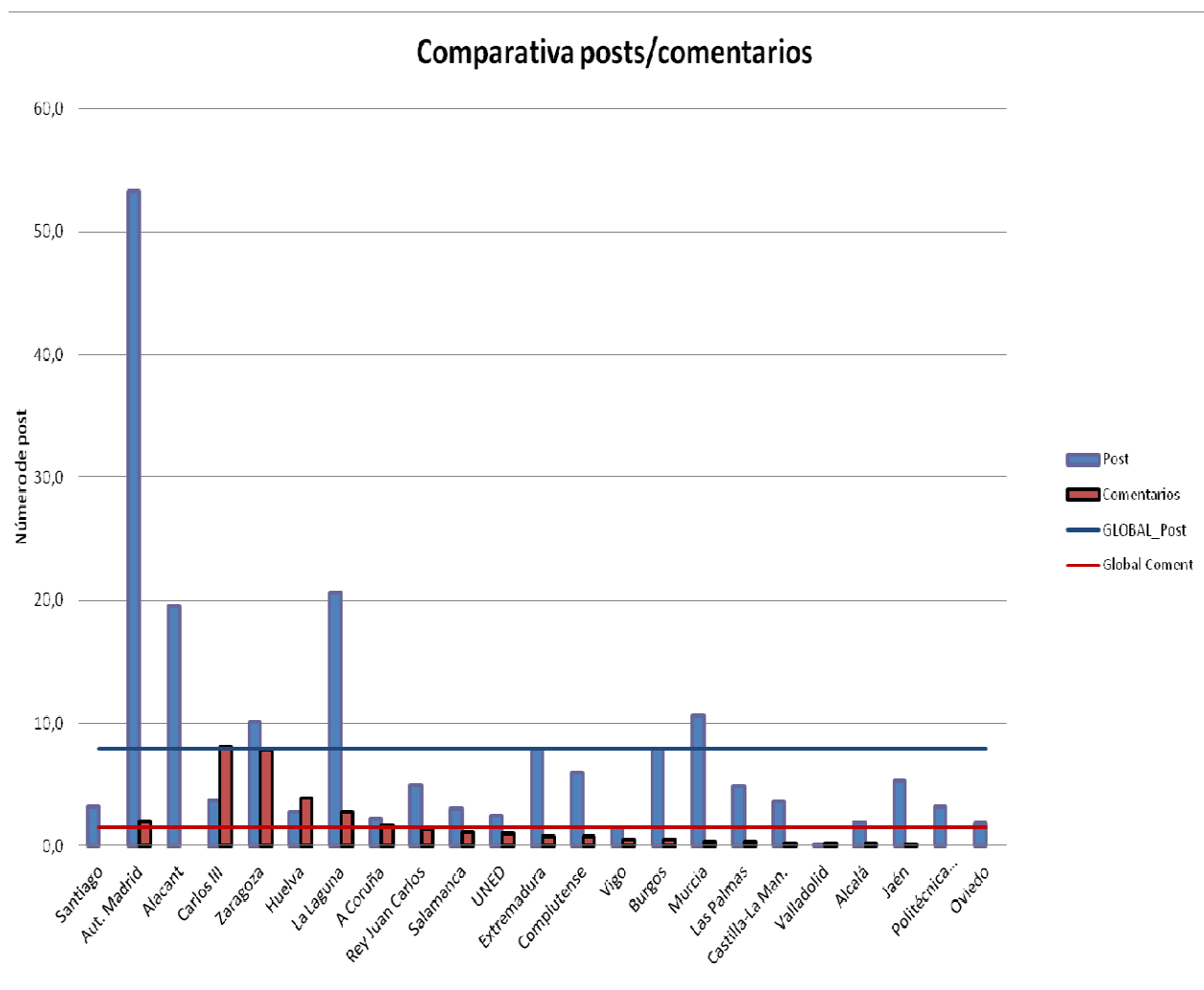
En cuanto a la publicación de *post*, el blog de la Autónoma de Madrid destaca sobre todos los demás. En comparación con el resto de la muestra, el grado de publicación es frenético, conteniendo casi el 30% del total de *post* publicados durante el curso, aunque ha recibido solamente 20 comentarios. La Laguna adolece de un problema parecido, aunque es de los blogs que reciben comentarios, los consigue a costa de una actividad muy elevada.

El caso de Alacant y Santiago es cuanto menos, curioso. Utilizan el formato blog, pero no tienen habilitada la posibilidad de incluir comentarios. Esto hace que el uso de esta herramienta pierda su sentido, y más aun en el caso del blog de Alacant, que está situado en tercer lugar en cuanto a publicación de *post*, siendo de los que más producen. Cerrar la posibilidad de incluir comentarios supone dar la espalda a la filosofía de la participación por la que fueron creadas estas herramientas,

convirtiéndose en páginas estáticas donde no existe conversación alguna con la comunidad.

Parece evidente que, a mayor número de *post*, mayor probabilidad de recibir comentarios, pero esto no siempre es así.

Figura 20. Comparativa *post*/comentarios y promedios globales



Si analizamos la relación entre nº de *post* y comentarios y sus promedios, el blog de la Biblioteca de la Universidad Carlos III es el que recibe más comentarios durante un curso académico. El nº de *post* publicados es de 37 y se han recibido 81 comentarios, por lo que la participación de la comunidad es la más alta de la muestra de blogs analizados en este trabajo.

En segundo lugar, el blog de Zaragoza, ha recibido 78 comentarios, pero ha tenido que publicar el triple de *post* para conseguirlo (101).

En tercer lugar se encuentra el blog de Huelva y, como en el caso de la Carlos III, el número de comentarios recibidos, supera al de *post* publicados. En 28 *post*, ha recibido 39 comentarios.

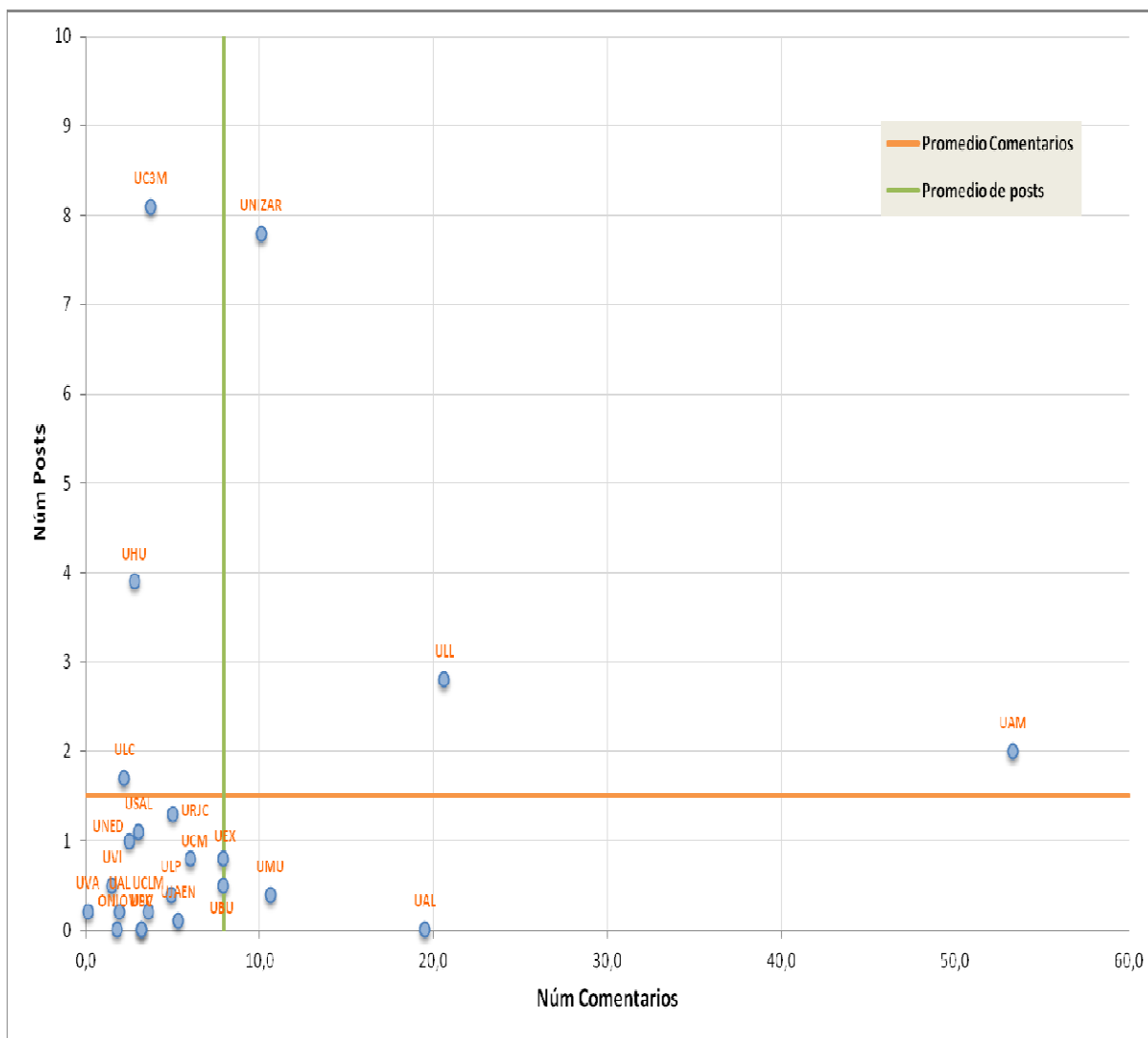
El blog de la Autónoma de Madrid, aun siendo el blog de la muestra que más publica (533 *post*), ha recibido solamente 20 comentarios, lo que demuestra que el esfuerzo invertido en esta herramienta no parece terminar de llegar a la comunidad, cuyo grado de participación es bastante bajo.

Algo parecido le sucede al blog de la biblioteca de la Universidad de La Laguna, que apenas obtiene participación. En los 206 *post* publicados se han recibido solamente 28 comentarios. Es cierto que publicando menos de la mitad que el blog de la Autónoma de Madrid, recibe 8 comentarios más, pero sigue teniendo una participación escasa.

Los blogs de Murcia, Burgos, Extremadura y la Complutense publican menos que las anteriores, pero son de los que superan la media de *post* por curso (78,52). Aun así, apenas reciben comentarios, lo que pone de manifiesto una visibilidad pobre en la comunidad.

En la siguiente gráfica se resume la situación de los blogs con respecto al promedio de 2 indicadores imprescindibles en este trabajo: nº de *post* y nº de comentarios.

Figura 21. Distribución de blogs en relación a promedios de *post* y comentarios



Los blogs que ocupan el margen superior, dominan la escena de los blogs de las bibliotecas universitarias analizadas, ya que al superar el promedio de comentarios, parece que en ellos se entabla cierta conversación. Algunos lo consiguen a costa de una publicación muy activa – los posicionados en el área superior derecha –, pero son los agrupados en la parte superior izquierda los que alcanzan los valores más altos en cuanto a nº de comentarios recibidos, sin superar ni si quiera el promedio de *post* de la muestra.

En el margen inferior derecho, son muy pocos los que superan el promedio de *post* por curso, considerándose blogs de poca actividad. Como puede verse, la mayoría de ellos

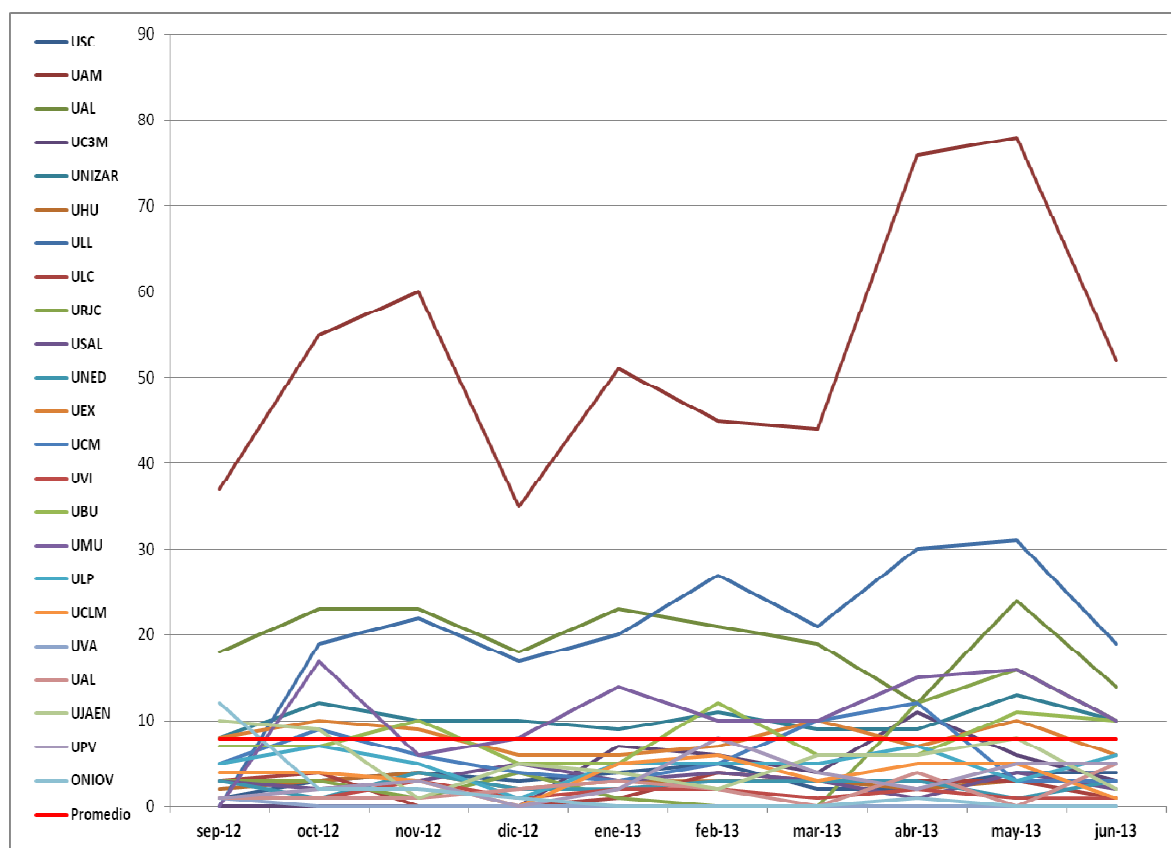
están concentrados en el margen inferior izquierdo, donde se agrupan los peor posicionados ya que ni publican ni reciben comentarios.

Por otra parte, se ha querido analizar la productividad de estas herramientas en los meses que componen un curso académico - en este caso en los meses comprendidos entre Septiembre de 2012 y Junio de 2013 - para conocer en qué periodos es mayor la publicación de *post*, así como la participación de los usuarios.

En cuanto al número de *post*, los meses de abril y mayo han sido los más productivos (acontecimientos como el *Día del libro* pueden influir en la publicación de *post*, ya que es un evento importante en cualquier biblioteca), pero lo han sido sólo para unos pocos blogs, el resto está posicionado en la parte inferior, por debajo del promedio, con una actividad muy pobre.

Los meses de Septiembre y Diciembre han sido los menos productivos a lo largo del curso. En Septiembre, da comienzo el curso académico y esto puede ser motivo de una menor dedicación a las publicaciones del blog. En Diciembre, la actividad también es menor, probablemente por ser una época con gran actividad académica para la comunidad universitaria (evaluaciones, exámenes, etc.) y, por otro lado, por la concentración de días festivos propios de estas fechas.

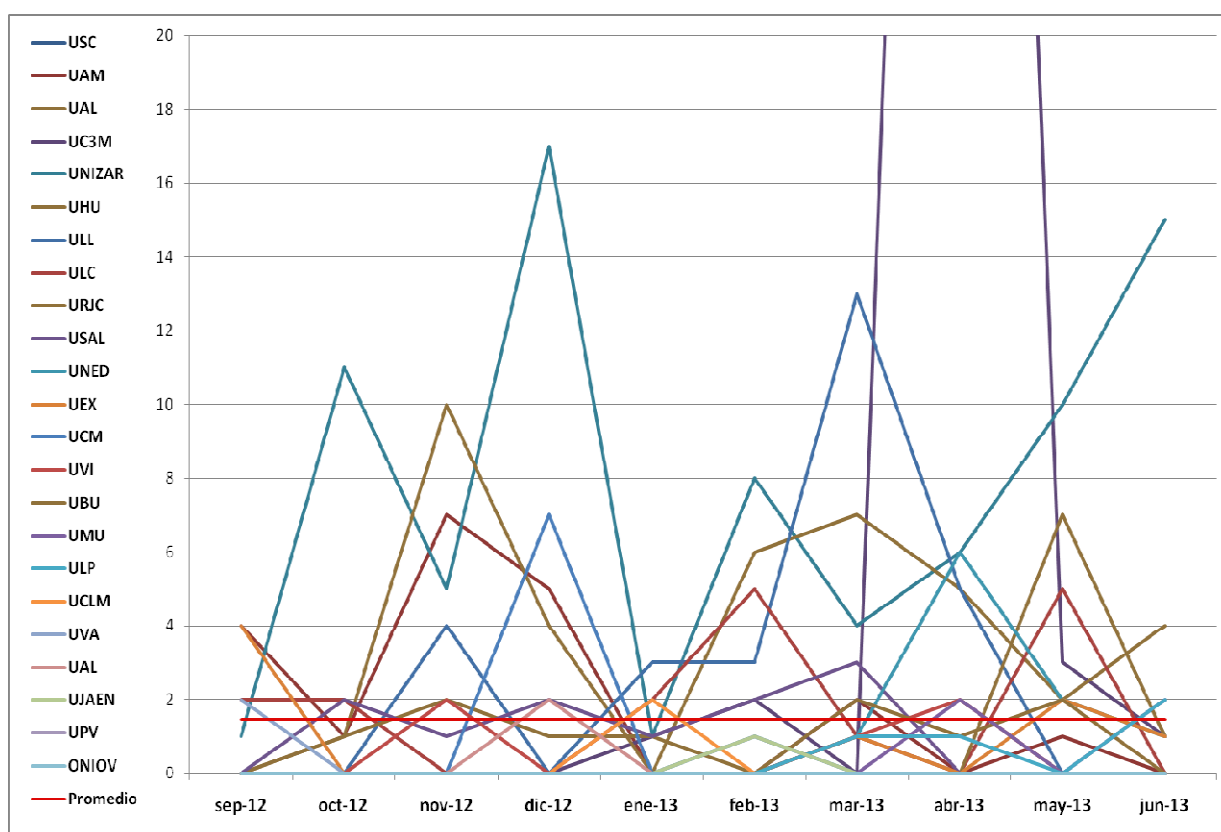
Figura 22. Distribución de *post* durante el curso académico 2012-2013



En el caso de los comentarios, parece que son más las bibliotecas que superan el promedio de la muestra, que es bastante pobre (1,5 comentarios). Como se puede observar, los usuarios estuvieron mucho más participativos durante el mes de abril, probablemente por las mismas razones que en los *post*. Este resultado es atípico y termina desvirtuando el comportamiento de los demás, por lo que se ha ajustado el eje de la siguiente figura para que resulte más claro (Figura 23). En los meses de Diciembre, Marzo y Mayo se obtiene una respuesta bastante menor.

Como meses más inactivos encontramos Septiembre y Enero. Al igual que en los *post*, en el mes de Septiembre se recogen los valores más bajos en cuanto a comentarios. Se supone que esto puede estar condicionado por los mismos motivos que en el caso de los *post*.

Figura 23. Distribución de comentarios durante el curso académico 2012-2013



Una vez analizados estos datos, resulta interesante conocer cuál ha sido la actividad de estos blogs en los últimos años.

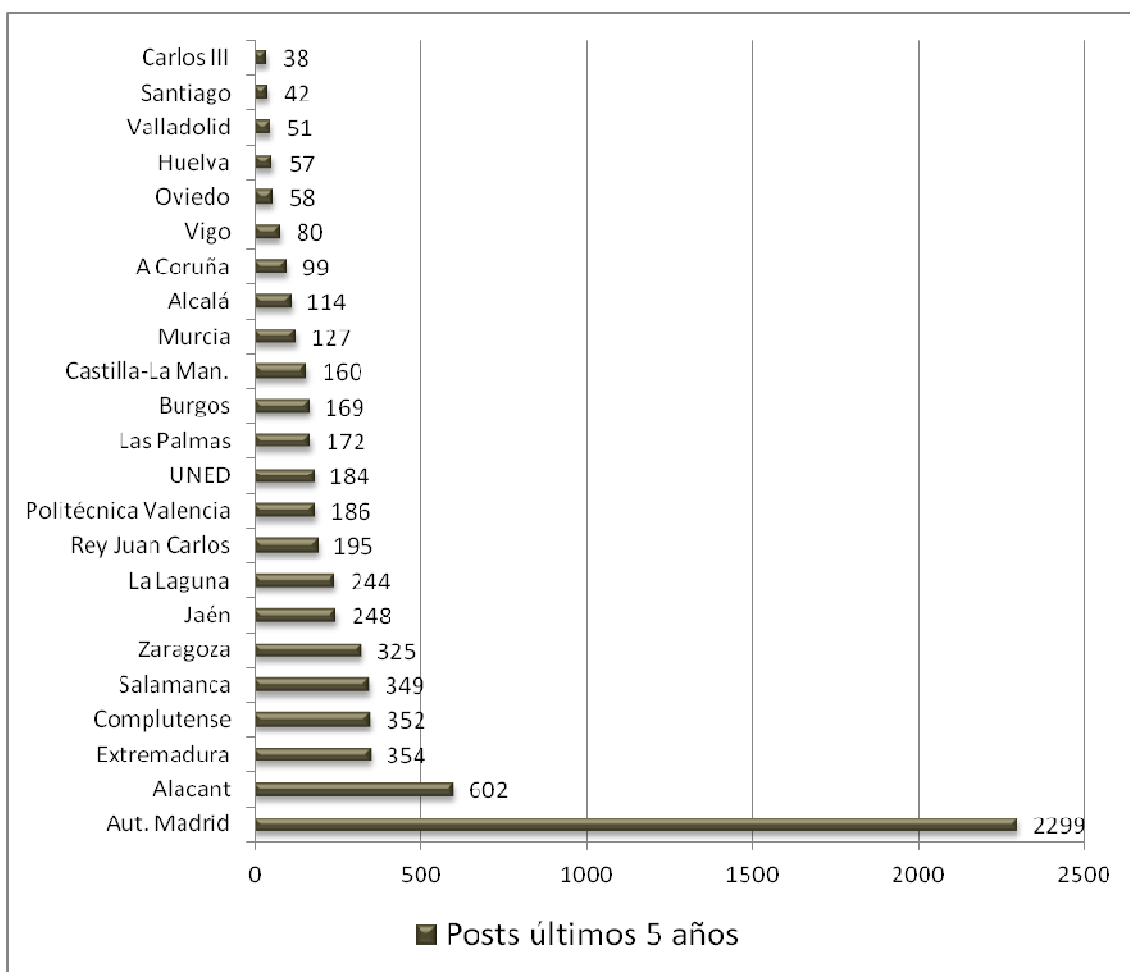
Si ordenamos los blogs con respecto al indicador *post publicados en los últimos 5 años*, los blogs con los valores más altos (posicionados en el primer cuartil) son: *Autónoma de Madrid, Alacant, Extremadura, Complutense, Salamanca y Zaragoza*. Estos blogs resultan ser los más consistentes, ya que se encuentran activos desde hace 3 años como mínimo y siguen presentes en la blogosfera (Tabla 8).

Tabla 8. Ranking de blogs por nº de post últimos 5 años

BIBLIOTECAS	Posts últimos 5 años
Aut. Madrid	2299
Alacant	602
Extremadura	354
Complutense	352
Salamanca	349
Zaragoza	325
Jaén	248
La Laguna	244
Rey Juan Carlos	195
Politécnica Valencia	186
UNED	184
Las Palmas	172
Burgos	169
Castilla-La Man.	160
Murcia	127
Alcalá	114
A Coruña	99
Vigo	80
Oviedo	58
Huelva	57
Valladolid	51
Santiago	42
Carlos III	38
TOTAL	6505

Llama la atención que sean los blogs menos consistentes (los más “jóvenes”) los que han estado mejor posicionados el pasado curso, mientras que los más consistentes parecen haberse estancado.

Figura 24. Post de los últimos 5 años

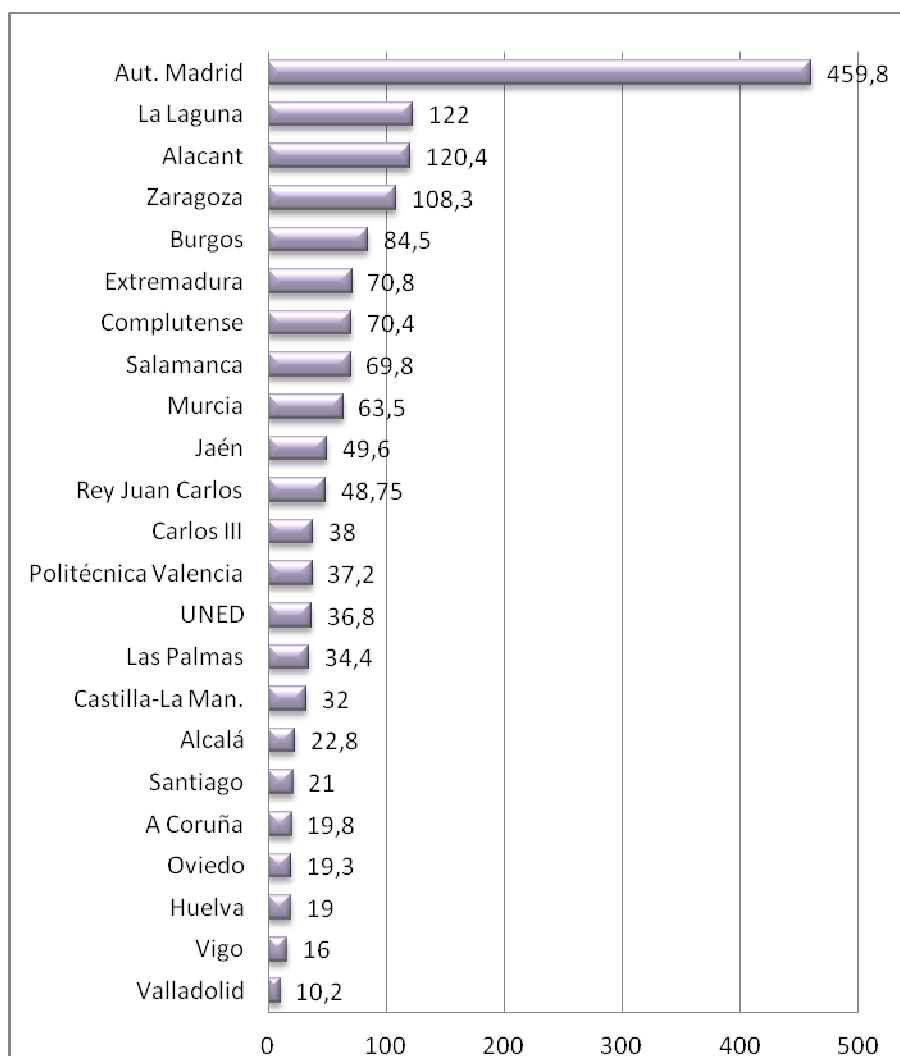


En cuanto a la *productividad global*, el blog de la Autónoma de Madrid triplica a los del resto de la muestra. Posiblemente, debido a esta actividad, blogs muy productivos como los de la Autónoma de Madrid y La Laguna consiguen una respuesta en forma de comentarios, aunque muy pobre con respecto a la muestra (Tabla 9).

Tabla 9. Ranking de blogs por productividad global

BIBLIOTECAS	Productividad global
Aut. Madrid	459,8
La Laguna	122
Alacant	120,4
Zaragoza	108,3
Burgos	84,5
Extremadura	70,8
Complutense	70,4
Salamanca	69,8
Murcia	63,5
Jaén	49,6
Rey Juan Carlos	48,75
Carlos III	38
Politécnica Valencia	37,2
UNED	36,8
Las Palmas	34,4
Castilla-La Man.	32
Alcalá	22,8
Santiago	21
A Coruña	19,8
Oviedo	19,3
Huelva	19
Vigo	16
Valladolid	10,2

En el extremo opuesto, los blogs de Huelva, Vigo y Valladolid son los que tienen una menor productividad global, aunque en el caso de Huelva, parece que este último curso han aumentado su actividad en la blogosfera.

Figura 25. Productividad global de los blogs

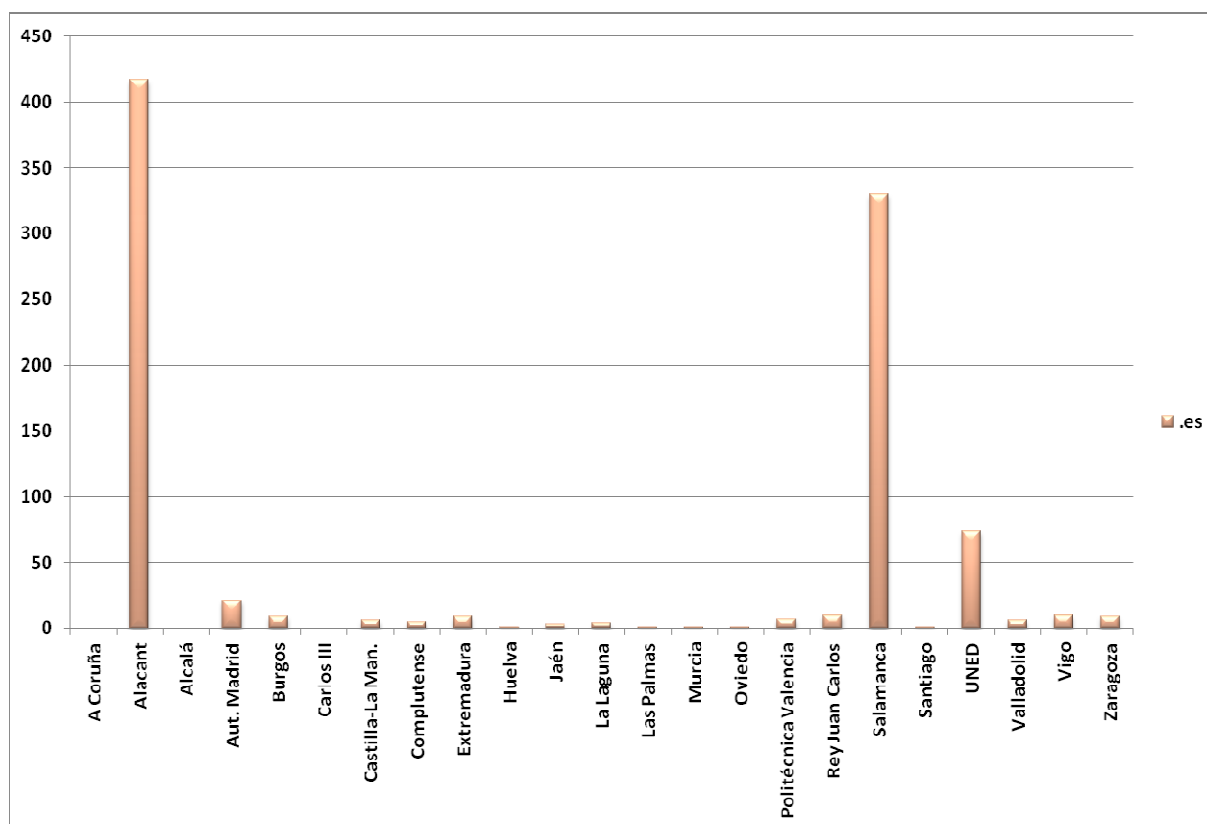
Finalmente, para conocer la visibilidad del blog no solamente en la blogosfera, sino en la red, se han querido analizar los enlaces que apuntan a cada uno y examinar el alcance que están teniendo estas herramientas en la web (Thelwall, 2013).

Con este fin, se han analizado las URLs de cada uno de los blogs, utilizando la siguiente sintaxis *site:.es "URL del blog" -site:."*

Se introdujo esta sintaxis para cada blog - en el buscador Google - obteniéndose como resultado el nº de páginas externas que apuntan al blog, excluyendo aquellos enlaces que se reciben desde el propio blog.

Los resultados obtenidos se muestran en la siguiente gráfica:

Figura 26. Enlaces que apuntan a los blogs



Como se puede observar, los blogs de Alacant y Salamanca obtienen resultados muy por encima del resto, por lo que parece que su visibilidad externa es mayor, ya que son muchas las páginas que apuntan hacia ellos. Esta visibilidad web contrasta con la escasa o nula participación de los usuarios en estos blogs.

En el extremo opuesto, los blogs de A Coruña y la Carlos III, no reciben ningún enlace en la web, por lo que su visibilidad externa es inexistente.

Después de este análisis, nos encontramos con unos resultados llamativos. Solamente 3 blogs obtienen un número considerable de enlaces externos, por lo que se les supone visibilidad en la red. Estos blogs no son los mismos que los que han obtenido más comentarios. Parece inconsistente que algunos blogs, como el de la Carlos III, obtenga muchos comentarios y no tenga apenas visibilidad en la web, mientras que el blog de Alacant, obteniendo 0 comentarios, reciba el mayor número de enlaces externos.

Una vez analizados los indicadores propuestos, se ha querido indagar en el contenido de los *post* que más comentarios han recibido, para conocer cuáles son temas que han despertado cierto interés en la comunidad de usuarios.

Para el análisis cualitativo, se seleccionan los 3 blogs que han recibido más comentarios en el curso académico 2012-2013:

- El blog *Sin lugar a dudas* de la Biblioteca de la Universidad Carlos III.
- *Tirabuzón: blog de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza*.
- *La Buhardilla: el Blog de la Biblioteca Universitaria de Huelva*.

Se toman como ejemplo de buenas prácticas, ya que en ellos se establece cierta conversación y se indaga en la temática de las publicaciones que han conseguido llamar la atención.

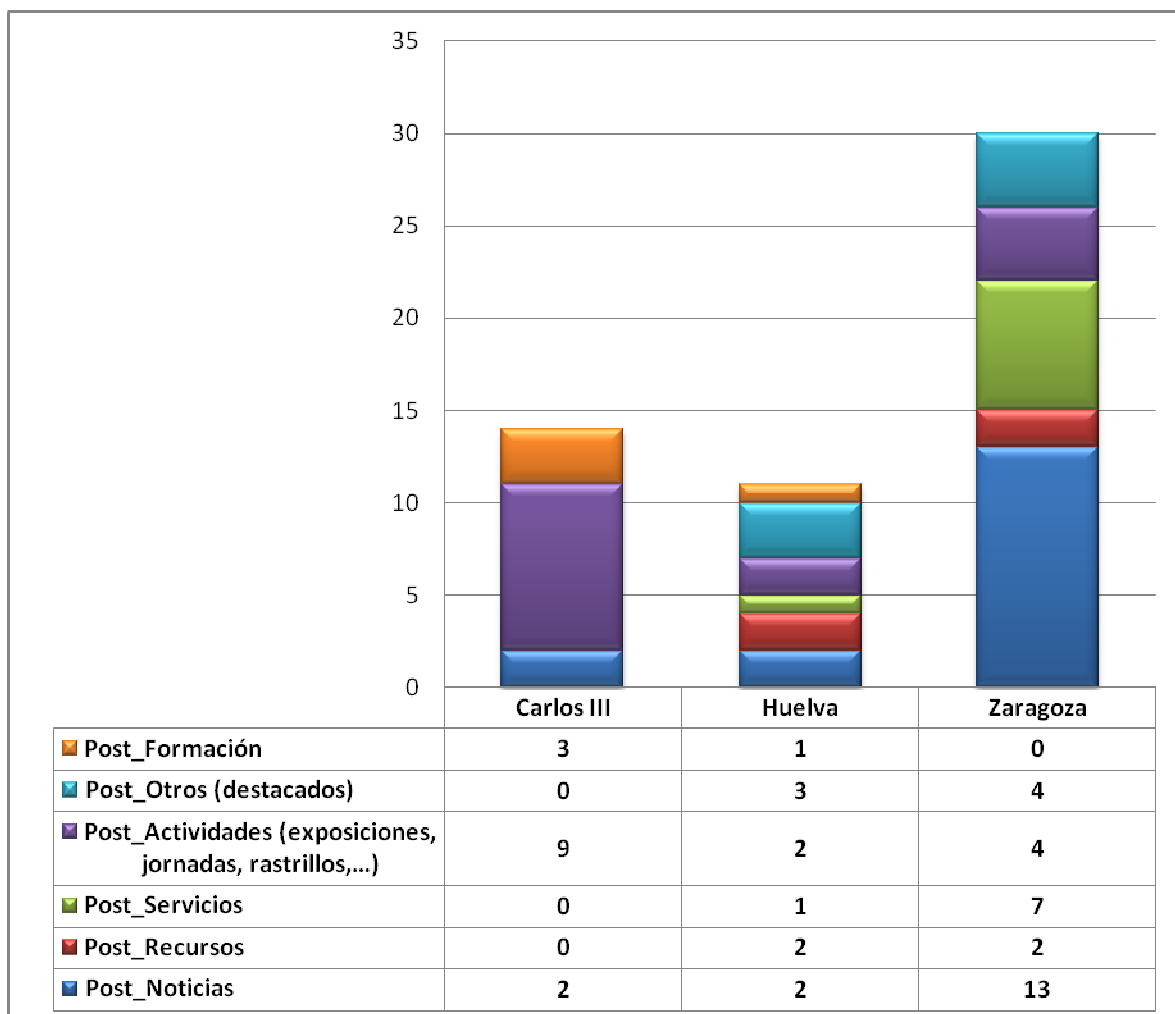
Durante el curso académico 2012-2013, estos 3 blogs publicaron 166 *post*, que recibieron un total de 198 comentarios. Su distribución se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 10. Blogs más comentados durante el curso académico 2012-2013

BIBLIOTECAS	Nº de posts	Nº de comentarios	Promedio post	Promedio comentarios
Carlos III	37	81	3,7	8,1
Zaragoza	101	78	10,1	7,8
Huelva	28	39	2,8	3,9

Los 198 comentarios se encuentran repartidos en 55 de los 166 *post* publicados, y se toman como muestra para el análisis.

Una vez analizados los 55 *post* y clasificados en las categorías temáticas establecidas, la distribución de los *post* según su contenido se muestran a continuación:

Figura 27. Temática de los *post* más comentados

Siendo un blog joven y casi recién estrenado (se inicia en enero de 2013), el blog de la Biblioteca de la Universidad Carlos III, ha publicado en el último curso académico 37 *post* y ha recibido 81 comentarios. Los contenidos que publica están principalmente relacionados con actividades de la biblioteca (concursos, exposiciones, etc.), seguidos de *post* informativos/formativos y noticias.

La categoría *Actividades* contiene los *post* que más comentarios han recibido en un curso y ha sido gracias a esta categoría, por la que este blog ha conseguido posicionarse como el primero en el ranking de blogs más comentados.

El *post* del mes de abril 2013: *Dime de qué libro es...*, contiene el mayor número de comentarios (71). Con motivo de la semana del libro, se planteó un pequeño juego, en el que la biblioteca ponía fragmentos de obras literarias en el blog y los usuarios tenían

que señalar a qué obra pertenecía y quién era el autor. El juego dio lugar a 8 *post*, de los cuales, el *post* *Dime de qué libro es... (II)* (<http://biblioteca2.uc3m.es/sinlugaradudas/2013/04/dime-de-que-libro-es-ii/>), es el que más comentarios ha recibido, alcanzando 22 comentarios. Con esta actividad consiguieron que los usuarios participaran de forma activa.

El resto de comentarios recibidos en este blog (10), se distribuyen en *post* con contenido relativo a formación y noticias de la biblioteca.

Los *post* clasificados como formación, contienen explicaciones acerca de cuestiones de la biblioteca que provocan dudas en los usuarios, ya que (y esto es normal), a veces, no entienden la terminología bibliotecaria.

Así, en el mes de febrero, incluyen un *post* titulado *Donde habitan los libros* (<http://biblioteca2.uc3m.es/sinlugaradudas/2013/02/donde-habitan-los-libros/>), en el que de una manera sencilla, explican qué es el tejuelo y la signatura. En el mes de mayo, los *post* *Una serie de catastróficas desdichas* (<http://biblioteca2.uc3m.es/sinlugaradudas/2013/05/una-serie-de-catastroficas-desdichas/>) y en otro titulado *¡Silencio, se rueda!* (<http://biblioteca2.uc3m.es/sinlugaradudas/2013/05/silencio-se-rueda/>), se aclaran cuestiones relacionadas con la conservación de los libros y el silencio en las salas en época de estudio respectivamente.

Los *post* relativos a noticias se han utilizado para difundir información sobre becas ó la nueva ubicación física de la biblioteca de Humanidades, Documentación y Comunicación perteneciente a esta Universidad.

Por su parte, el blog de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza ha publicado 101 *post* en los que ha recibido 78 comentarios.

En este blog el peso de los contenidos se reparte entre la categoría *Noticias* y la de *Servicios*, le siguen la categoría *Actividades* y *Otros* y, el contenido que menos peso tiene es el relacionado con la difusión y promoción de los recursos.

Los *post* incluidos en la categoría *Noticias*, contienen información acerca de premios, informes de evaluación, etc., de la Biblioteca y los incluidos en la categoría *Servicios*, resuelven dudas relacionadas principalmente con el servicio de Apoyo a la investigación y Préstamo de la Biblioteca.

En la categoría *Actividades*, se incluyen *post* relacionados con exposiciones, jornadas y rastrillos promovidos por la Biblioteca.

En la categoría *Otros*, cabe destacar una sección especial titulada *Biblioideas*, que surge de la colaboración mensual de un compañero de esa biblioteca que publica *post* en torno al mundo de la cultura y los libros. Parece que la iniciativa ha tenido buena

acogida, ya que concentra 20 de los comentarios recibidos en el blog en el último curso.

Por último, el blog de la Biblioteca de la Universidad de Huelva ha publicado 28 *post* y ha recibido 39 comentarios en ellos. De los 3 blogs es el que tiene menor producción, publicando una media de 2,8 *post* al mes.

En cuanto al contenido, es el blog que trata temas más variados, incluyendo al menos 1 *post* comentado en cada una de las categorías. Los *post* incluidos en la categoría *Otros* son los que han recibido más comentarios, y corresponden a aquellos *post* que en Huelva han clasificado en la categoría “*Destacados*”. Esta categoría contiene información variada sobre investigación, recursos electrónicos ó información relativa a personajes famosos (<http://www.uhu.es/biblioteca/labuhardilla/?p=223>).

Las categorías *Recursos*, *Actividades* y *Noticias* tienen el mismo peso y las categorías *Formación* y *Servicios* son en las que menos se publica, incluyendo únicamente un *post* con comentarios en cada una de ellas.

En cuanto al *post* más comentado de este blog, es uno de los incluidos en la categoría *Otros*, y recibió 7 comentarios (<http://www.uhu.es/biblioteca/labuhardilla/?p=384>)

8. Conclusiones

El estudio del contexto general confirma que la Web 2.0 o Web Social, están cambiando la manera en la que las personas se comunican entre sí e interactúan con instituciones, organizaciones y empresas.

Por su parte, las bibliotecas están usando las herramientas y las aplicaciones de la Web 2.0 con el fin de mejorar la comunicación con sus usuarios, ofrecer mejores servicios y modernizarse, presentando una mentalidad más abierta y colaborativa basada en la conversación. Los blogs son una de las herramientas 2.0 que muchas bibliotecas han incorporado a su actividad diaria.

El análisis del uso de los blogs en las bibliotecas universitarias públicas españolas, permite obtener una radiografía de la blogosfera en este ámbito y su grado de actividad, concluyéndose lo siguiente:

- El 60% de las bibliotecas universitarias públicas españolas, está presente en la blogosfera. El 40% restante no mantiene ningún blog. A la vista de los resultados, el impacto que han tenido estas herramientas en este tipo de bibliotecas no ha sido determinante, ya que poco más de la mitad han apostado por los blogs como herramienta 2.0 que incorporar a su actividad diaria.

- En cuanto al número de blogs gestionados por cada una, parece que son las bibliotecas consideradas de “gran tamaño” – teniendo en cuenta el número de usuarios a los que atienden - las que concentran la gestión de la mayoría de los blogs analizados. Esto parece lógico teniendo en cuenta que estas bibliotecas disponen de más personal y recursos que las consideradas “pequeñas”, que pueden verse limitadas a la hora de plantearse la gestión de un blog, ya que estas herramientas requieren una dedicación especial que no todas las bibliotecas se pueden permitir. Tanto es así que el 56% de los blogs analizados, son gestionados únicamente por 7 de estas bibliotecas. El 44% restante se encuentra repartido entre las 23 bibliotecas restantes analizadas en este trabajo.
- En cuanto a la temática de los blogs, el 76% de las bibliotecas utiliza al menos un blog para difundir contenidos de temática general dirigidos a toda la comunidad universitaria. Este tipo de blogs son gestionados en las bibliotecas generales de cada una de las universidades. En ellos se difunde información relacionada con los recursos, servicios y actividades de este tipo de bibliotecas. El 24% restante proceden de bibliotecas de diferentes facultades, que utilizan estas herramientas para difundir información de interés a la comunidad a la que sirven, dependiendo de la disciplina que cubran. En otras ocasiones, las bibliotecas han visto en los blogs una potente herramienta de promoción a la lectura y los utilizan como auténticos “clubs de lectura”.
- Para estar presentes en la blogosfera, las bibliotecas han utilizado gestores de contenido como Wordpress, Blogger y algunos propios, en porcentajes muy similares. Estas herramientas les han permitido participar en este entorno y les han concedido una mejora de su imagen, mucho más moderna y actualizada.
- En cuanto a la fecha de integración de estas bibliotecas a la blogosfera, desde el año 2006, muchas de ellas se han ido incorporando. Desde el 2007-2010, hasta 15 bibliotecas deciden gestionar un blog, pero a partir del año 2010 se manifiesta un llamativo descenso, incorporándose solamente 8 bibliotecas más, hasta el punto de que en 2013 quedan 21 bibliotecas sin blog y solamente 1 (Carlos III), ha decidido sumarse a la blogosfera.
- En el análisis de la actividad de los blogs durante el curso académico 2012-2013, se observa que las bibliotecas, en su afán por estar presentes en este nuevo medio, han generado 1806 entradas o *post*/curso. Esto supone una media de publicación de 78,52 *post*/curso para cada blog (unos 8 *post* al mes). Teniendo en cuenta que la frecuencia de publicación de un blog es de aproximadamente 1-3 veces a la semana, los resultados ponen de manifiesto que esta media es superada únicamente por el 30% de los blogs analizados. En el 70% de los blogs, la publicación de contenido se encuentra por debajo de la media, lo que supone una limitación en el impacto y la visibilidad que el blog tenga en su comunidad de usuarios.

- El grado de actividad de cada blog es muy desigual. En algún caso la actividad ha superado las 500 entradas a lo largo del curso, mientras que en la mayoría de los blogs analizados, no se han alcanzado los 50 *post* en los 10 meses establecidos como marco temporal. Esto supone un gran esfuerzo por parte de algunas bibliotecas por estar presentes en este nuevo medio, mientras que el resto no alcanza unos niveles aceptables que justifiquen el uso de estas herramientas.
- El impacto y la visibilidad que han tenido los blogs durante el último curso académico, se puede deducir de los comentarios recibidos en cada uno de los *post* publicados. Los comentarios aportados por los usuarios demuestran que el blog está siendo visible para ellos, ya que están participando en él, generando conversaciones e incluso debates. En este trabajo, para los 1806 *post* publicados, se han recogido 338 comentarios, lo que supone que un 81% de las entradas, no recibe ni un solo comentario a lo largo del curso. Esto pone de manifiesto una participación de los usuarios bastante pobre y unos resultados insatisfactorios. La biblioteca no está llegando a su comunidad, no consiguen atraer la atención de los usuarios y mucho menos que participen en los contenidos publicados. Las pocas aportaciones recogidas en este trabajo, además, están concentradas en 6 de los 23 blogs que componen la unidad de análisis. Para el resto de blogs, la participación de los usuarios es casi inexistente. Muchas de las bibliotecas analizadas deben replantearse el uso de estas herramientas ya que no han alcanzado el objetivo con el que fueron pensadas: mejorar la comunicación con los usuarios, la participación, la escucha activa. En algunos de ellos la presencia, y no digamos la visibilidad, es casi nula.
- Publicar más entradas en el blog, no está directamente relacionado con el número de comentarios recibidos. Es cierto que sin *post*, no habría comentarios, y que cuantos más *post* se publiquen, mayor puede ser la posibilidad de recibir una respuesta. Pero no siempre es así. Mientras que algunos blogs - como los de Huelva o Carlos III - obtienen comentarios sin necesidad de publicar mucho, otros - como los de la Autónoma de Madrid o La Laguna - obtienen una participación escasa a costa de una actividad bloguera muy elevada, lo que supone un gran esfuerzo y dedicación no compensado. La cantidad de *post* no parece importante, pero sí la calidad del contenido publicado, que resulta determinante si se espera participación por parte de la comunidad. El estudio de los temas que más éxito han tenido en los blogs de la muestra, pueden orientar al resto de bibliotecas sobre cuál es la forma de proceder para conseguir crear "audiencia". Si no son capaces de hacerlo a través de los blogs, es momento de probar con otras herramientas y servicios 2.0 que permitan a las bibliotecas estar presentes en este nuevo entorno, acercarse a sus usuarios y establecer con ellos una comunicación más directa y más fluida.

- A lo largo del curso, son los meses de Abril y Mayo los que concentran el mayor número de publicaciones. Es también en Abril cuando los usuarios parecen más activos, comentando los post relacionados con las actividades culturales realizadas en estos meses. Los meses de Septiembre, diciembre y Enero, ofrecen los resultados más bajos de la muestra.
- La productividad global— excepto en el caso del blog de la Autónoma de Madrid - no es muy elevada. Los blogs que han recibido más comentarios tampoco muestran una productividad muy alta, ya que se han incorporado recientemente a la blogosfera. Solamente el blog de Zaragoza es un blog consolidado que, además, es de los 3 más comentados. Esto pone de manifiesto que es el único blog que, desde hace tiempo, ha conseguido entablar cierta conversación con sus usuarios.
- En cuanto a la visibilidad del blog no sólo en su comunidad, sino en la red, sorprende que los blogs más comentados y supuestamente, los más visibles, no reciben apenas enlaces externos, por lo que su visibilidad en la red es bastante escasa. Una forma de aumentar la visibilidad de estos blogs es mejorando su posicionamiento en buscadores como Google. El objetivo es que el blog aparezca en las 2 primeras páginas de los resultados, haciéndolo lo más visible posible. Esto es factible a partir de técnicas SEO (Search Engine Optimization) que optimizan este posicionamiento, indexando y describiendo el contenido del blog de forma unívoca y precisa. Además, se puede aumentar la visibilidad vinculándolo a las redes sociales e introduciendo enlaces internos y externos que conecten el blog, no sólo con la comunidad de usuarios de la biblioteca, sino con el exterior.
- Los contenidos que despiertan más interés en los usuarios y que generan cierto debate en los blogs, no están relacionados con temas estrictamente bibliotecarios (recursos, servicios o noticias de la biblioteca), sino con un servicio a veces olvidado en estas instituciones: la extensión cultural (como exposiciones, concursos, rastrillos). Son estos *post* los que tienen más impacto y más respuesta por parte de la comunidad. Además, también parecen tener éxito aquellos en los que se informa y se forma de alguna manera a los usuarios, resolviendo sus dudas en temas relativos a la biblioteca y a la gestión de información.
- En términos generales, la actividad de los blogs analizados no es muy elevada y su visibilidad es bastante pobre. De los 23 blogs que componen la unidad de análisis, solamente 3 destacan por haber conseguido cierto feedback con la comunidad a la que sirven: Carlos III, Zaragoza y Huelva. Otros como los de Alacant y Murcia, aun teniendo una producción elevada, no consiguen llegar a los usuarios y algunos, como los de La Laguna o la Autónoma de Madrid, lo hacen a un alto coste.

- Aunque sería necesario analizar el conjunto de blogs temáticos gestionados por las bibliotecas universitarias, parece que los blogs generales no están teniendo el éxito esperado en estas instituciones. Se debería revisar el uso que se está haciendo de estas herramientas, establecer planes de marketing que ayuden a optimizar los beneficios del uso de los blogs en las bibliotecas y evaluar los resultados. Si la evaluación no resulta positiva, es preferible elegir otro servicio o herramienta *social* con la que llegar al usuario y conseguir el objetivo propuesto en la biblioteca 2.0: la mejora en la comunicación y en la prestación de los servicios.

Bibliografía

Aharony, N. (2009a). An exploratory analysis of librarians' blogs: Their development, nature and changes. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 61(6), 587-604. doi:[10.1108/00012530911005535](https://doi.org/10.1108/00012530911005535)

Aharony, N. (2009b). Librarians and information scientists in the blogosphere: An exploratory analysis. *Library & Information Science Research*, 31(3), 174-181.

Arroyo Vázquez, N., y Merlo Vega, J. A. (2007). La biblioteca como usuaria de la web 2.0. *E-información : Integración y rentabilidad en un entorno digital : FESABID 07* (1st ed., pp. 267-274). Madrid: Fesabid. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10366/18022>

Bar-Ilan, J. (2007). The use of Weblogs (blogs) by librarians and libraries to disseminate information. *Information Research*, 12(4). Recuperado de: <http://InformationR.net/ir/12-4/paper323.html>

Blog (s.f.). En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=blog>

Blood, R. (7 de septiembre de 2000). Weblogs: a history and perspective. *Rebecca's pocket weblog*. Recuperado de: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

Casey, M. E.; Savastinuk, L. C. (2006). Library 2.0 Service for the next-generation library. *Library Journal*, 2006. Recuperado de: <http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html>

CEA. Confederación de Empresarios de Andalucía (2013). Buscadores de blogs. *Herramientas 2.0 para la empresa: cómo las aplicaciones 2.0 pueden potenciar la innovación empresarial*. Recuperado de: <http://www.cea.es/Herramientas/post/Buscadores-de-Blogs.aspx>

Cervera, J. (2006). Una teoría general del blog. En J.M. Cerezo (Ed.) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom España. Recuperado de: http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf

Clyde, L. A. (2004). Weblogs and libraries: The potential and the reality. En *Online Information Proceedings 2004* (pp. 207-213). Recuperado de: http://web.archive.org/web/20050412232302/http://www.online-information.co.uk/2004proceedings/thursam/clyde_l.pdf

Crawford, W. (2006). Library 2.0 and library 2.0. *Cites & Insights*, 6 (2). Recuperado de: <http://citesandinsights.info/l2a.htm>

Durán Medina, J.F. (2006). Weblog, ¿sustituto o complemento del foro educativo?. ICONO 14. *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 7, 32. doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v4i1.402>

Estalella, A. (2005). Anatomía de los blogs. la jerarquía de lo visible. *Telos: Cuadernos De Comunicación e Innovación*, oct-dic, 65. Recuperado de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo%3D9&rev%3D65.htm>

Estalella, A. (2006). La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones). En J.M. Cerezo (Ed.). *La Blogósfera Hipana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom España. Recuperado de http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf

Franganillo, J. y Catalán Vega, M.A. (2005). Bitácoras y sindicación de contenidos: dos herramientas para difundir información. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, Diciembre (15), Recuperado de <http://www.ub.edu/bid/15frang2.htm>

Freire, J. (2007). Los retos y oportunidades de la web 2.0 para las universidades. En: Rosa Jiménez Cano y Francisco Polo (eds.), *La gran Guía de los blogs 2008*. Recuperado de http://www.anobium.es/docs/gc_fichas/doc/mNrOWYzZgX.pdf

Fumero, A., y Sáez Vacas, F. (2006). Blogs: En la vanguardia de la nueva generación web. *Novática: Revista De La Asociación De Técnicos De Informática*, (183), 68-73. Recuperado de <http://www.ati.es/novatica/2006/183/183-68.pdf>

Fumero, A. (2006). Anatomía y fisiología de un blog.. En: J.M. Cerezo (Ed.) *La blogosfera hispana*. Fundación France-Telecom España. Recuperado de http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf

González Fernández-Villavicencio, N., Menéndez Novoa, J. L., Seoane García, C., y San Millán Fernández, M. E. (2013a). Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales. *Revista española de Documentación Científica*, 36(1). Recuperado de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/775/865>.

González Fernández-Villavicencio, N. (2013b). Métricas de la web social. *Notas ThinkEPI 2013*. Recuperado de <http://www.thinkepi.net/metricas-de-la-web-social>

González Fernández-Villavicencio, N. (2013c). Demostrar el valor de las bibliotecas en la web social. *Notas ThinkEPI 2013*. Recuperado de <http://www.thinkepi.net/demostrar-el-valor-de-las-bibliotecas-en-la-web-social>

Grande González, P., y De la Fuente Redondo, P.L. (2012). Bibliotecas universitarias españolas en la web social. *El Profesional De La Información*, 21(6), 577-584. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10760/18407>

Hassan Montero, Y. y Martín Fernández, F. J. (2003). Guía de evaluación heurística de sitios web. *No solo usabilidad: revista multidisciplinar sobre personas, diseño y tecnología*, 2. Recuperado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>

Herrera Morillas, J.L. y Castillo Díaz, A. (2011). Bibliotecas universitarias 2.0. El caso de España *Investigación bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 25 (55). Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ibi/article/view/32861>

Jiménez Hidalgo, S., y Salvador Bruna, J. (2007). Evaluación formal de blogs con contenidos académicos y de investigación en el área de documentación. *El Profesional De La Información*, 16(2), 114-122. doi: 10.3145/epi.2007.mar.03

Margaix Arnal, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: Origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El Profesional De La Información*, 16(2), 95-106. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/9521/1/kx5j65q110j51203.pdf>

Margaix Arnal, D. (2008). Informe APEI sobre web social. *Informes APEI*, (1). Recuperado de <http://eprints.rclis.org/12506/1/informeapeiwebsocial.pdf>

Margaix Arnal, D. (2010). Redes sociales y web 2.0 en 2009. *Anuario ThinkEPI*, 4, 211-216. Recuperado de http://www.thinkepi.net/notas/2010/Margaix-Arnal_redes_sociales.pdf

Merlo Vega, J.A. (2008). Las diez claves de la web social. *Anuario ThinkEpi 2009, EPI SCP*, 34-36. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=Las+diez+claves+de+la+web+social&db=1&td=todo>

Miller, Paul. (30 octubre 2005) Web 2.0: building a new library. *Ariadne*. Recuperado de <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>

Moliner, María. Diccionario de uso del español María Moliner. Madrid: Gredos, 2007. ISBN 9788424928865

O'Reilly, T. (2007). What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 1, 17. Recuperado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1008839

Orihuela, J. L. (2006). La revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente. Madrid: La Esfera de los Libros.

REBIUN (2012). Estadísticas: Consultas y cálculos sobre datos e indicadores de las Bibliotecas. Recuperado de <http://www.rebiun.org/estadisticas/Paginas/default.aspx>

Ribes, X. (2007). La Web 2.0: el valor de los metadatos y la inteligencia colectiva. *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, Oct-Dic 73. Recuperado de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idarticulo=2&rev=73.htm>

South Carolina State Library (2011). Social media, libraries and web 2.0: how american libraries using new tolos for public relations and to attract new users. Columbia: Rogers, C. (ed.). Recuperado de <http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2009/673/pdf/socialmediaandlibrariesfinal-090523180527-phpapp02.pdf>

Technorati (2011). State of the Blogosphere 2011. Recuperado de <http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>

Technorati (2013). Digital Influence Report 2013. Recuperado de <http://technoratimedia.com/report/2013-dir/>

Thelwall, M. (2013). Webometrics and Social Web Research Methods: An updated and extended version of Introduction to Webometrics, including chapters to appear in a forthcoming social web methods book. Recuperado de <http://www.scit.wlv.ac.uk/~cm1993/papers/IntroductionToWebometricsAndSocialWebAnalysis.pdf>

Torres Salinas, D., Cabezas Clavijo, Á., y Delgado López-Cozar, E. (2008). Análisis métrico de los blogs españoles de biblioteconomía y documentación (2006-2007). *El Profesional De La Información*, 17(1), 38-48. DOI: 10.3145/epi.2008.ene.04

Torres Salinas, D. (2010). Web 2.0 y biblioteca: de la experimentación a la evaluación. En *Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas, 5º. Gijón*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10421/4973>

Torres Salinas, D., Cabezas Clavijo, Á. y Jiménez Contreras, E. (2013). Altmetrics: nuevos indicadores para la comunicación científica en la Web 2.0. *Comunicar*, 41, 53-60. doi: 10.3916/C41-2013-05

Universidad Complutense de Madrid (2007). *Proyecto para la creación de blogs en la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/biblioteca/doc10025.pdf>

Wiki. (s.f.). En *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Recuperado el 18 de julio de 2013 de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Wiki&oldid=70039565>.

Wordpress (2013). *Tipos de blogs*. Recuperado de <http://es.wordpress.com/es-types-of-blogs/>

ANEXOS**ANEXO I****POST PUBLICADOS DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2012-2013**

BIBLIOTECAS	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	Suma	Post	GLOBAL Post
Santiago	1	3	4	3	4	5	2	2	4	4	32	3,2	7,9
Aut. Madrid	37	55	60	35	51	45	44	76	78	52	533	53,3	7,9
Alacant	18	23	23	18	23	21	19	12	24	14	195	19,5	7,9
Carlos III	0	0	0	0	7	6	4	11	6	3	37	3,7	7,9
Zaragoza	8	12	10	10	9	11	9	9	13	10	101	10,1	7,9
Huelva	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	28	2,8	7,9
La Laguna	0	19	22	17	20	27	21	30	31	19	206	20,6	7,9
A Coruña	3	4	0	0	1	4	3	3	3	1	22	2,2	7,9
Rey Juan Carlos	3	3	1	4	1	0	0	12	16	10	50	5,0	7,9
Salamanca	3	2	3	5	3	4	3	1	4	2	30	3,0	7,9
UNED	3	1	4	2	2	3	3	3	1	3	25	2,5	7,9
Extremadura	8	10	9	6	6	7	10	7	10	6	79	7,9	7,9
Complutense	5	9	6	4	3	5	10	12	3	3	60	6,0	7,9
Vigo	1	1	3	1	2	2	1	2	1	1	15	1,5	7,9
Burgos	7	7	10	5	5	12	6	6	11	10	79	7,9	7,9
Murcia	0	17	6	8	14	10	10	15	16	10	106	10,6	7,9
Las Palmas	5	7	5	1	5	5	5	7	3	6	49	4,9	7,9
Castilla-La Man.	4	4	3	0	5	6	3	5	5	1	36	3,6	7,9
Valladolid	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,1	7,9
Alcalá	1	1	1	2	3	2	0	4	0	5	19	1,9	7,9
Jaén	10	9	1	5	4	2	6	6	8	2	53	5,3	7,9
Politécnica Valenci	1	2	3	0	2	8	4	2	5	5	32	3,2	7,9
Oviedo	12	2	2	1	0	0	0	1	0	0	18	1,8	7,9

ANEXO II

COMENTARIOS RECIBIDOS EN LOS POST DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2012-2013

BIBLIOTECAS	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	Suma	Comentarios	Global Coment
Burgos	0	0	0	0	0	0	2	1	2	0	5	0,5	1,5
A Coruña	2	2	0	0	2	5	1	0	5	0	17	1,7	1,5
Alacant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5
Alcalá	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0,2	1,5
Aut. Madrid	4	1	7	5	0	0	2	0	1	0	20	2	1,5
Carlos III	0	0	0	0	1	2	0	74	3	1	81	8,1	1,5
Castilla-La Man.	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0,2	1,5
Complutense	0	0	0	7	0	1	0	0	0	0	8	0,8	1,5
Extremadura	4	0	0	0	0	0	1	0	2	1	8	0,8	1,5
Huelva	0	1	10	4	0	6	7	5	2	4	39	3,9	1,5
Jaén	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,1	1,5
La Laguna	0	0	4	0	3	3	13	5	0	0	28	2,8	1,5
Las Palmas	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	4	0,4	1,5
Murcia	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	4	0,4	1,5
Oviedo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5
Politécnica Valenci	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5
Rey Juan Carlos	0	1	2	1	1	0	0	0	7	1	13	1,3	1,5
Salamanca	0	2	1	2	1	2	3	0	0	0	11	1,1	1,5
Santiago	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5
UNED	0	0	0	0	0	0	1	6	2	1	10	1	1,5
Valladolid	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,2	1,5
Vigo	0	0	2	0	0	0	1	2	0	0	5	0,5	1,5
Zaragoza	1	11	5	17	1	8	4	6	10	15	78	7,8	1,5

ANEXO III**ENLACES RECIBIDOS EN LA WEB PARA CADA BLOG**

BIBLIOTECAS	.es
A Coruña	0
Alacant	417
Alcalá	0
Aut. Madrid	21
Burgos	9
Carlos III	0
Castilla-La Man.	6
Complutense	5
Extremadura	9
Huelva	1
Jaén	3
La Laguna	4
Las Palmas	1
Murcia	1
Oviedo	1
Politécnica Valencia	7
Rey Juan Carlos	10
Salamanca	330
Santiago	1
UNED	74
Valladolid	6
Vigo	10
Zaragoza	9